

*На правах рукописи*



**Ал-Хилфи Хасан Олеиви Абдулнаби**

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИСЛАМСКОЙ ПРЕССЫ  
В НАЦИОНАЛЬНЫХ РЕСПУБЛИКАХ ПОВОЛЖЬЯ  
В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА  
(НА ПРИМЕРЕ МОРДОВИИ, ЧУВАШИИ, МАРИЙ ЭЛ И УДМУРТИИ)**

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Челябинск – 2025

Работа выполнена на кафедре журналистики ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва»

**Научный руководитель:** Дементьева Ксения Владимировна, доктор филологических наук, доцент

**Официальные оппоненты:** Гарифуллин Васил Загитович, доктор филологических наук, профессор, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», заведующий кафедрой национальных и глобальных медиа

Исхаков Рафаиль Лутфуллович, кандидат филологических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина», доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий

**Ведущая организация:** ЧУ ВО «Российский исламский институт»

Защита состоится «31» марта 2025 года в 12:30 часов на заседании диссертационного совета 24.2.431.03 при ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет» [https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Dissovet24243103/Dissertatsia\\_AI-Khilfi.pdf](https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Dissovet24243103/Dissertatsia_AI-Khilfi.pdf)

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук



И.В. Топчий

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В эпоху всеобщей информатизации и цифровизации общества технический прогресс продолжает стремительно развиваться, а коммуникация в социуме становится все более значимой. В начале XXI века российский медиарынок претерпевает значительные изменения, связанные с развитием интернета и новых медиа. Эти тенденции также влияют на печатные СМИ, приводя к их кризису. Это касается и конфессиональной прессы, в том числе исламских медиа, которые хоть и не доминируют на рынке в национальных республиках, но заняли свою нишу со сформировавшейся аудиторией, находят средства для выпуска СМИ и развиваются по схожим с другими подобными регионами направлениям.

Поволжье является густонаселенным макрорегионом с разнообразным этническим и конфессиональным составом населения. На первом месте среди национальностей обычно находится русское население, затем, как правило, следует титульная нация республики – марийцы, чувашаи, мордва. При этом третьей по численности национальностью в «немусульманских» республиках часто выступают татары. Поэтому в Приволжском федеральном округе ислам является одной из ведущих религий. И если в Татарстане и Башкортостане исламские СМИ занимают довольно прочные позиции в силу преобладающего количества татар и башкир среди населения, то в других национальных республиках ситуация иная.

Несмотря на то, что через СМИ мусульмане имеют возможность оказывать влияние на общественное мнение и определять повестку дня, они не используют эту возможность на полную мощность. Это является парадоксом, требующим научного рассмотрения.

Вместе с тем, татары в национальных регионах стараются бороться с негативными последствиями глобализации, стараясь сохранить свои национальный язык, религию и культуру. Они вынуждены бороться за свои

позиции в условиях конкуренции с федеральной русской повесткой и с коренными местными народами и национальностями. Работа исламских СМИ является важным компонентом, способствующим поддержанию и распространению татарского языка и исламской культуры.

У исламских СМИ есть своя специфика – они направлены не только на то, чтобы удовлетворить общественное право на информацию, но и на выполнение своей корневой миссии – проповедования. Следовательно, они важны для своей целевой аудитории. Кроме того, характер мусульманской религии, требующей постоянного просвещения и образования, приводит аудиторию к необходимости повышать свои знания через дополнительные источники. Даже в условиях цифровизации такими качественными источниками выступают исламские медиа, которым важно не просто сохраниться, но и идти в ногу со временем, осваивая новые форматы и жанры, переходя на цифровые медиаплатформы.

Именно в «немусульманских республиках» есть своя специфика конфессиональных изданий, которая не позволяет полностью заменить их медиа других регионов или общефедеральными СМИ. Исчезновение медиа в регионах с компактным расселением мусульман может привести к тому, что верующие люди не будут получать достаточно информации о темах, которые интересны именно им. Кроме того, это может привести к искажению представлений о верующих людях и их образе жизни, внедрению в массовое сознание идеологии различных деструктивных религиозных течений. Поэтому важно на разных уровнях развивать исламские медиа, понимать и изучать их положение в современном обществе. Это поможет улучшить понимание и взаимодействие между различными религиозными сообществами в нашей стране.

Таким образом, актуальность изучения исламской прессы в регионах с компактным проживанием мусульман объясняется следующими причинами:

– очевидное невнимание крупных медиа к целевой аудитории данных СМИ, а именно – более возрастным социальным группам, часто не включенным в цифровой процесс потребления и обмена информацией;

– медленное «умирание» традиционных СМИ в эпоху расширения доминирования цифровых медиа кратное увеличивает свои скорости в случаях с малыми региональными медиа, что делает их фактически архаичным феноменом, при этом каким-то образом, продолжающим функционировать в современности;

– нами не было обнаружено исследований, затрагивающих трансформации исламской прессы в республиках Мордовии, Чувашии, Удмуртии, Марий Эл в начале XXI века.

**Степень научной разработанности проблемы.** Изучение особенностей освещения религиозных тем на региональном уровне «немусульманских республик» Приволжского федерального округа в теории журналистики практически не проводилось. Это связано с тем, что данный сегмент медиа является достаточно малым и теряется на фоне политематических медиа федерального уровня. Также этот пласт медиа по многим параметрам проигрывает СМИ, выходящим в регионах страны с преобладанием исламского населения.

Исторические аспекты развития исламской прессы изучались в работах следующих исследователей: Р. Р. Сафиуллина-Ибрагимова, Р. Р. Сулейманов, Э. В. Чемышев, Р. В. Даутова, Н. В. Яблоновская, Л. Ш. Джелилова, Р. Р. Абызова<sup>1</sup>.

Есть работы, в которых авторы охватывают современное состояние исламских (и не только) медиа в России в целом – О. Н. Савинова, В. А. Ачкасова, Е. В. Быкова, Д. П. Гавра, Е. С. Дорощук, С. К. Шайхитдинова,

---

<sup>1</sup> Абызова Р. Р. Татарские детские журналы (1907–1918) и судьбы их создателей // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2020. т. 1, № 4. С. 59–67 ; Даутова Р. В. Роль средств массовой информации в культурном взаимодействии в период хрущевской «Оттепели» // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2010. № 5. С. 91–100 ; Сафиуллина-Ибрагимова Р. Р. История татароязычной мусульманской журналистики: учебное пособие. Казань : Издательство Российского исламского института, 2021. 300 с. ; Сулейманов Р. Р. Зарубежное влияние на мусульман Республики Марий Эл: исламские течения и группы. Йошкар-Ола : РДУМ РМЭ, 2021. 58 с. ; Чемышев Э. В. Исламское Религиозное движение в республике Марий Эл: проблемы и противоречия // Вестник ТГГПУ. 2012. № 1. С. 220–225 ; Яблоновская Н. В., Джелилова Л. Ш. «Женский Вопрос» в Крымскотатарском Мусульманском Журнале «Асрий Мусульманлыкъ» (1924-1927) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2022. № 3. С. 178–188.

Л. Г. Егорова<sup>2</sup>, и в отдельных регионах, в частности – И. Р. Гафиятуллина, Ю. В. Андреева, А. А. Вилков и др.<sup>3</sup>.

Отдельно можно выделить труды, которые обращаются к изучению жанрово-тематического и лексико-стилистического своеобразия исламской прессы: В. И. Антонова, А. Н. Гильманова<sup>4</sup> и др.

Актуальным является изучение трансформаций исламских медиа в условиях цифровизации общества. Эти вопросы затронуты в исследованиях В. З. Гарифуллина, И. В. Симонова, О. П. Чернеги<sup>5</sup>.

Проблематика гармонизации межконфессиональных и межэтнических отношений внутри Приволжского федерального округа рассматривается в научных работах Р. Р. Бухараева, Р. Н. и Ф. Г. Вагаповых, А. В. Мартыненко<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Ачкасова В. А., Быкова Е. В., Гавра Д. П. К истории становления российской школы теоретического анализа связей с общественности. К 300-летию Санкт-Петербургского университета // Российская школа связей с общественностью. 2022. № 25. С. 54–78 ; Атлас «Исламское сообщество Российской Федерации» // Ред. Силантьев Р. А. М. : ИНКОТЭК, 2018. 350 с. ; Дорошук Е. С. Медиаграмотность будущего журналиста в системе профессиональной компетентности работника медиасферы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 83–87 ; Егорова Л. Г. Репрезентация религиозных конфессий и межконфессиональных отношений в региональных печатных СМИ // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2010. № 5. С. 38–49 ; Савинова О. Н. Культурная традиция и роль СМИ в межкультурном диалоге: опыт Приволжского Федерального округа // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 1–2. С. 340–343 ; Шайхитдинова С. К. Векторы медиакультуры // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2013. № 1. С. 189–198 .

<sup>3</sup> Андреева Ю. В., Липатова А. В. Имидж лидера республиканской элиты и образ Татарстана на страницах федеральной прессы: исторический ракурс // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2018. № 4. С. 805–813 ; Вилков А. А. Проблематика общественной дипломатии в политическом и научном дискурсе современной России // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. № 2. С. 184–188 ; Гафиятуллина И. Р. Особенности мусульманского блогинга // Журналист. Социальные коммуникации. 2021. № 3. С. 39–48 ; Гладкова А. А., Лазутова Н. М. и др. Этнические СМИ России: содержательный анализ (на примере СМИ республик Татарстан и Чувашия) // Медиаскоп. 2018. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2411> (дата обращения: 12.10.2024) ; Ислам и религиозный активизм в Республике Татарстан: Коллективная монография / Р. Ф. Патеев, Д. Р. Гильмутдинов, А. А. Закиров и др.; отв. ред. Т. Н. Липатова. Казань : Издательство АН РТ, 2021. 448 с.

<sup>4</sup> Антонова В. И. Конфессиональная журналистика как средство формирования нравственных ориентиров молодежной аудитории Поволжского региона // Интеграция образования. 2006. № 2. С. 91–95 ; Гильманова А. Н. Развитие двуязычной системы СМИ в поликультурном субъекте Российской Федерации как фактор национальной медиабезопасности // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2013. № 21 (312). С. 141–143.

<sup>5</sup> Гарифуллин В. З., Закиров Л. Р. Интеграция национальных СМИ с социальными сетями (на примере СМИ республики Татарстан) // Вестник Марийского государственного университета. 2018. № 3 (31). С. 136–145 ; Симонов И. В. К вопросу о конфессиональных средствах массовой информации в современной России // Наука без границ. № 5. Т. 45. 2020. С. 29–34 ; Чернега О. П. Религиозный интернет: институциональные и творческие аспекты // МНКО. 2010. № 1. С. 30–31.

<sup>6</sup> Бухараев Р. Р. История российского мусульманства: беседы о Северном исламе. СПб. : Алетейя, 2015. 320 с. ; Бухараев Р. Р. Ностальгия по Откровению. М. : Паталис, 2005. 367 с. ; Вагапов Р. Н., Вагапова Ф. Г. Государственно-исламские отношения в политическом процессе современной России: тенденции развития и проблемы // Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций. Материалы X Международной научной конференции. Ч. 2. М., 2013. С. 143. ; Вагапова Ф. Г. Мусульманские СМИ: этико-правовые аспекты // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2. С. 430–432 ; Ислам: Религия, общество, государство: Сб-к ст. Отв. Ред. П. А. Грязневич и С. М. Прозоров. М. : Наука. ГРВЛ. 1984. 232 с. ; Мартыненко А. В. Исламское возрождение в Поволжье в конце XX – начале XXI в. (на материалах

Некоторые труды отечественных исламоведов, социологов и исследователей журналистики помогли разобраться в специфике исламской религии как основы для профессиональных изданий для мусульман (А. А. Гладкова, Ш. С. Сулейманова, О. Савченко<sup>7</sup>).

Филологический и медиалогический базис работы составляют исследования теории журналистики, включающие изучение медиасистем<sup>8</sup>, лингвистические концепции в журналистике и СМИ<sup>9</sup>, рассмотрение проблем профессиональной этики журналиста<sup>10</sup>, теорию жанрообразования<sup>11</sup> и другие.

Правовую базу регулирования ислама как религии и исламской прессы составляют ряд законов и этических кодексов, во многом определивших планы и стратегии развития региональной исламской прессы<sup>12</sup>.

---

Татарстана, Мордовии, Чувашии, Марий Эл) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2015. № 3. С. 62–70.

<sup>7</sup> Гладкова А. А. СМИ в контексте реализации государственной национальной политики Российской Федерации // Вестник ВУиТ. 2019. № 1. С. 175–184 ; Савченко О. Россия в меняющемся мире. (Анализ геополитических процессов) // Россия и мусульманский мир. 2011. № 1 (223). С. 4–13 ; Сулейманова Ш. С. Политический дискурс ислама в XXI веке // Ислам в современном мире. 2015. Т. 11. № 3. С. 155–162.

<sup>8</sup> Варганова Е. Л. Теоретический анализ российской медиасистемы: между общим и особенным, формальным и неформальным // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 7–19 ; Дементьева К. В. Региональные медиа в эпоху цифровизации и глокализации. М. : Академия медиаиндустрии, 2021. 177 с. ; Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов: монография. Москва: Издательство АПК и ППРО, 2013. 479 с. ; Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Москва, 2011. 391 с. ; Ныркова Л. М. Система СМИ региона: учебное пособие / Барнаул, 2013. 152 с. ; Самарцев О. Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. Екатеринбург, 2020. 120 с. ; Система средств массовой информации России: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского. М. : Аспект Пресс, 2003. 257 с. ; Тулупов В. В. Российская региональная журналистика на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 111–120 ; Шкондин М. В. Информационный потенциал общества и концепты целостности медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. № 4. С. 335–348.

<sup>9</sup> Бондаревская М. А., Антропова В. В. Медиаобразовательный потенциал анализа медатекстов: возможности медиалингвистики // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4. С. 137–143 ; Шайхуллин Т. А., Набиуллина В. Р. Специфика арабского газетного заголовка как языковой единицы и его типы // Современный мусульманский мир. Международный научный журнал Российского исламского института. 2018. № 2. С. 6.

<sup>10</sup> Хруль В. М. Религиозный этос как фактор регулирования журналистской деятельности : теоретические предпосылки и практические препятствия // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. № 5. С. 18–35 ; Шумилина Т. В. Конфликт принципов журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 1, 2011. С. 155–167.

<sup>11</sup> Джелилова Л. Ш. Зарождение и развитие ведущих жанров журналистики в крымско-татарской периодике конца XIX – начала XXI вв // Ученые Записки Крымского Федерального Университета имени В. И. Вернадского. Филологические Науки. 2022. № 2. С. 67–76; Жанры периодической печати : учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2006. 320 с.

<sup>12</sup> Федеральный закон «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 N 82-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6693/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693/) (дата обращения: 05.11.2023); Кодекс профессиональной этики URL: <https://www.democracy.ru/> (дата обращения: 05.11.2023) ; Кодекс этики мусульманского журналиста URL: <https://www.worldislamlaw.ru/?p=895> (дата обращения: 05.11.2023).

**Объектом исследования** выступает исламская пресса республик Мордовия, Чувашия, Марий Эл и Удмуртия.

**Предмет исследования:** процесс функционирования, развития и трансформации исламской прессы республик Мордовия, Чувашия, Марий Эл и Удмуртия в начале XXI века.

**Цели и задачи диссертационного исследования.** Цель диссертационного исследования заключается в рассмотрении тенденций развития исламской прессы в национальных республиках Поволжья в начале XXI века (на примере Мордовии, Чувашии, Марий Эл и Удмуртии).

Для достижения цели поставлены следующие научные задачи:

- рассмотреть исторические предпосылки исламской прессы «немусульманских республик» Поволжья, ее место в медиасистеме страны;
- определить влияние цифровизации и медиаплатформ на аудиторию и структуру исламской прессы;
- рассмотреть социально-экономические условия, влияющие на развитие исламской прессы;
- проанализировать и сравнить функционирование исламской прессы в республиках Мордовия, Чувашия, Марий Эл и Удмуртия в начале XXI века;
- выявить жанрово-тематические характеристики исламской прессы в национальных республиках Поволжья;
- провести анализ верстки и дизайна исламской прессы, в том числе рассмотреть визуальные характеристики контента об исламе в цифровой среде и их влияние на медиапотребление;
- определить перспективы развития исламской прессы в национальных республиках Поволжья.

#### **Методологические основы диссертационного исследования**

В данном исследовании был использован комплексный метод анализа исламской прессы Поволжья. Этот метод объединил в единую картину специфику исламской прессы, ее историческую эволюцию, различные функциональные направления и современные риски исчезновения данного

сегмента медиа из информационного пространства. Диссертационная работа опирается на исследования ведущих отечественных и зарубежных ученых в области изучения журналистики и исламской прессы, придерживается принципа объективности и историзма при изучении СМИ. Междисциплинарный подход позволил проанализировать политическую и идеологическую расстановку сил в регионах, выявить экономические условия функционирования исламских СМИ.

В ходе исследования применялись как научные методы теоретического изучения наук в целом и гуманитарных в частности, такие как анализ, синтез, обобщение и другие, так и эмпирические методы наблюдения и сравнения, что позволило получить целостную картину развития исламских СМИ в рассматриваемых регионах в сравнении с общероссийскими тенденциями и регионами с преобладанием мусульманского населения. В работе автор постарался избегать ориентации на количественные показатели и сравнительный анализ, поскольку не хотел «социологизировать» исследовательский взгляд. Задача заключалась не в выявлении лидеров сегмента и оценке их по эмоциональным или нравственным критериям на данную тему, а в том, чтобы уделить основное внимание типичным «образцам» раскрытия темы, а не полному охвату тематического направления. Такой подход позволил включить в исследование все издания, относящиеся к данной теме и находящиеся в открытом доступе в рассматриваемых регионах.

Также использовался типологический метод – рассмотрена типология изданий об исламе. Описательный метод позволил дать характеристику медиа и процессам, рассмотренным в работе впервые, в частности, проанализировать печатные издания рассмотренных регионов, не изученных ранее. Для создания более полной и достоверной научной картины использовался метод экспертного интервью, с помощью которого удалось установить социально-экономические условия функционирования исламской прессы. Для анализа медиатекстов использовался контент-анализ, который позволил выявить структурно-содержательные, функционально-жанровые векторы развития изданий об исламе, метод прогнозирования позволил определить перспективы развития

исламской прессы в национальных республиках Поволжья. Достоверность научной работы обеспечена большим массивом эмпирических данных и широким комплексом методов его изучения.

**Эмпирической базой** исследования послужили номера печатных изданий и их цифровые версии следующих медиа Поволжья:

– Республика Удмуртия: газета (листовка) «Янарыш», 33 номера с 2012 по 2021 гг.; газета «Центральная мечеть», 14 номеров с 2012 по 2019 гг.; газета «Саф Ислам» 2000 г.; газета «Муслим» 2008 г.; татарская газета «Инзир», 20 номеров с 2012 по 2019 гг.; газета «аль-Ихлас», 48 номеров с 2003 по 2009 гг.;

– Республика Марий Эл: газета «Магълумат в Марий Эл», 3 номера с 2018 по 2022 гг.;

– Республика Чувашия: газета «Вакыт», 4 номера с 1996 по 1998 гг.; газета «Голстан», 4 номера с 2010 по 2014 гг.;

– Республика Мордовия: журнал «Сады праведных», 2 номера 2012 г.; «Ислам в Мордовии», 46 номеров с 2005 по 2022 гг.; газета «Дога» 2011 г.; «Татарская газета» 1999 г.; газета «Юлдаш» 2005 и 2022 гг.; газета «Ускюдар», 35 номеров с 2018 по 2021 гг.

Таким образом, в источниковедческую базу научного дискурса впервые были введены немасштабные СМИ, посвященные исламу.

**Хронологические рамки исследования** – 2000–2023 гг., то есть период наиболее бурного роста данного сегмента медиа в современной истории журналистики и его стремительного «затухания» из-за прихода цифровой эпохи.

**Гипотеза исследования.** В качестве рабочей гипотезы исследования выступает предположение о том, что исламская пресса в «немусульманских республиках» Поволжья, сформированная как реакция на запрос весьма конкретной аудитории в 1990-х гг., вступила в кризисный период из-за экономической нерентабельности, редакционного непрофессионализма и аудиторной консервации на принципиально умирающих форматах.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в следующем:

– обобщены и проанализированы исторические предпосылки становления, развития и функционирования исламской прессы «немусульманских республик» Поволжья, ее место в медиасистеме страны;

– определены основные тенденции современного развития исламской прессы в контексте цифровой трансформации общества и предложено авторское понимание типологической специфичности изданий об исламе;

– изучено функционирование, выявлены особенности исламской прессы в республиках Мордовия, Чувашия, Марий Эл и Удмуртия в начале XXI века;

– выявлены жанрово-тематические характеристики исламской прессы в национальных республиках Поволжья, включающие как достоинства, так и недостатки;

– впервые проведен анализ верстки и дизайна исламской прессы, визуальные характеристики рассмотрены с точки зрения качества периодики;

– даны прогнозы будущего состояния исламской прессы в национальных республиках Поволжья.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Наблюдается кризис исламской прессы в «немусульманских» республиках Поволжья. Но поскольку исламские СМИ формируют ценностно-духовную сферу, которая является важной частью культурного медиаполя регионов, аудиторный спрос на медиапродукцию об исламе остается.

2. Типология текстов о религии, которые утратили автономность, формируется в зависимости от внешне организованного медиапроцесса в изданиях. Базовые (примитивные) навыки кадровых ресурсов редакций являются типоформирующими факторами в изданиях. Современные медиатехнологии позволяют создавать более разнообразные формы текстов о религии, которые могут быть как автономными, так и зависимыми от внешних факторов. Важно учитывать культурные особенности и религиозные традиции тех регионов, где функционируют данные медиа, чтобы обеспечить адекватное представление информации о религии в соответствующих сообществах.

3. В Поволжской прессе материалы об исламе в основном создаются сотрудниками редакций, у которых нет профессиональной подготовки. Эти редакции плохо финансируются, поэтому материалы формируются «интуитивно». Такие материалы объединяют информационную и идеологическую функции, влияя на выбор аудиторией мусульманской общины и мечети.

4. Теория национального развития воплощена в том числе и в поволжской мусульманской журналистике. Интертекстуальные наставления духовных лиц в виде диалогов и монологов имеют нормативно-поучительный характер, что способствует расширению целевой аудитории СМИ.

5. Личность автора и учредителя СМИ играет важную роль в освещении темы религии, учитывая его духовно-нравственную модальность и уровень профессиональных компетенций. Формирование медиатекстов с функциями просвещения и этноконфессионального диалога способствует социальной ответственности прессы.

**Научно-практическая ценность исследования.** Диссертация имеет как теоретическую, так и практическую значимость. В ходе исследования был проведен анализ сегмента медиа, который позволил выявить причины исчезновения печатных изданий, посвященных религии ислама, на малых региональных рынках. Полученные результаты могут быть применены для принятия решений о корректировке политики в области медиа в российских регионах, для преподавания дисциплин по типологии медиасистем и более узким темам. Они могут также помочь специалистам в области медиа лучше понимать и адаптироваться к изменяющимся условиям на медиарынке, включая региональные конфессиональные медиа. В целом, данная диссертация имеет важное значение для развития медиаиндустрии и общества в целом.

Также результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегии продвижения существующих религиозных изданий на рынке и для создания новых медиапродуктов, которые будут ориентированы на потребности читателей в условиях цифровой трансформации общества. Прикладную

значимость имеет созданный диссертантом иллюстративный материал, обобщающий основные выводы исследования (таблицы, схемы). Диссертация вносит свой вклад в развитие теории медиа, в частности, в изучении взаимодействия медиа и религии. В целом, результаты исследования могут быть полезны для всех, кто интересуется медиа и религией, включая журналистов, научных работников, преподавателей и студентов.

**Диссертационное исследование соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки):**

3. Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях.

6. Медиасистема. Природа и архитектура медиасистемы в условиях цифровизации. Динамика медиасистемы и её сегментов. Глобальная и национальные медиасистемы.

7. Типология журналистики, формирование и функционирование различных типов СМИ.

9. Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов.

10. Телевидение, радиовещание, периодическая печать в системе СМИ: структурные, функциональные и творческие характеристики. Визуальные средства журналистики и медиакоммуникаций. Медиадизайн.

#### **Апробация научных результатов и степень достоверности.**

Основные положения диссертации раскрыты в докладах автора на международных и всероссийских научных конференциях по журналистике и медиакоммуникациям; данные о них – в программах, сборниках материалов конференций в городах: Москва, Казань, Воронеж, Иваново: Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 04–06 февраля 2021 года), Международная

научно-практическая конференция «Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 03–05 февраля 2022 года), Международная научно-практическая конференция исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью «Коммуникация в современном мире» (Воронеж, 19–20 мая 2023 года), IX Всероссийская научно-практическая конференция «Региональная журналистика, реклама и связи с общественностью: вызовы и решения» (Иваново, 28–31 марта 2023 года).

Всего по теме диссертации опубликовано 8 работ, из них 3 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

### **Объем и структура диссертации.**

Диссертация изложена на 171 странице текста, состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии (списка литературы), включающего 118 наименований. Работа иллюстрирована 8 таблицами, 21 рисунком, имеет 20 приложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, рассматривается степень ее разработанности, определяются объект и предмет, цель и задачи, гипотеза исследования, подтверждается теоретическая и практическая значимость, перечисляются методы исследования, формулируются научная новизна и основные положения, выносимые на защиту, объясняются хронологические рамки, показывается структура работы.

**Первая глава «Исламская пресса в России: ретроспектива и современное состояние»** посвящена ряду вопросов, связанных с развитием ислама и исламской прессы в России, ее месту в системе российских СМИ, проникновению контента об исламе в интернет-пространство.

В **параграфе 1.1 «Исторические предпосылки становления исламской прессы в России»** рассматриваются исламские издания конца XIX – начала XX веков, дается их общая характеристика, анализируется проблематика, делается сравнение разных СМИ по тиражу, формату, языку и т.д.

Российский религиовед, историк и исламовед Р. А. Силантьев отмечает, что татары были первыми мусульманами на Руси<sup>13</sup>, а географическая близость исламских государств создала предпосылки для развития исламской прессы. При этом лишь с 1773 года ислам официально получил статус терпимой религии на государственном уровне, что позволило не только религии, но и прессе начать развиваться.

Исламские и татарские СМИ были тесно взаимосвязаны, иногда неразделимы. Исследователь казанской журналистики В. З. Гарифуллин пишет, что у истоков татарской периодической печати стояло мусульманское духовенство<sup>14</sup>. В начале XX века появилось много газет и журналов на разных национальных языках, посвященных исламу. В работе проанализированы и сопоставлены некоторые издания того периода, даны их характеристики, что помогает лучше понять современный период развития исламской прессы.

С 1918 года в стране началась антирелигиозная политика, что отразилось на положении прессы, многие из газет и журналов были закрыты. В период Великой Отечественной войны и позже наблюдается некая «оттепель» по отношению к религии, что сказывается на освещении исламских вопросов в прессе. Однако настоящее возрождение конфессиональных изданий начинается только с 1990-х годов, что в регионах с их типичным отставанием во многих тенденциях проявляется еще позже, по сути – только с 2000-х годов происходит одновременное развитие печатных версий и их электронных версий.

В процессе исследования было обнаружено, что ранние религиозные газеты и журналы имеют схожую структуру с другими политематическими СМИ, среди аудитории которых есть мусульмане. Выяснилось, что вопросы, касающиеся ислама и связанных с ним национальностей, поднимались на страницах прессы не только регионов со значительным процентом мусульман, но и в субъектах со смешанным национальным составом.

---

<sup>13</sup> Силантьев Р. А. Новейшая история исламского сообщества России. 2-е издание, исправленное и дополненное / Союз писателей России. М.: ИХТИОС, 2006. С. 15.

<sup>14</sup> Гарифуллин В. З. Роль мусульманских СМИ в обеспечении этноконфессиональной толерантности в Татарстане // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312). Филология. Искусствоведение. Вып. 80. С. 131.

Была составлена авторская периодизация исламской прессы, разделенная на пять этапов: 1) до 1918 года – период расцвета; 2) 1918–1941 гг. – период государственной антирелигиозной политики; 3) после 1941 г. – медленное восстановление исламских изданий; 4) 1990–2000 гг. – «ренессанс» исламской прессы; 5) после 2000 г. – медленная интеграция в интернет-пространство.

**Параграф 1.2 «Исламская пресса в системе средств массовой коммуникации России конца XX – начала XXI вв.»** посвящен анализу первых региональных исламских изданий в России на рубеже веков. Это позволило сделать выводы о том, что наиболее бурный рост исламская пресса получила в национальных республиках и областях с татароязычным населением практически сразу после выхода закона, разрешающего конфессиональным организациям заниматься информационной деятельностью; вне зависимости от языка издания его название редко было на русском языке и публиковалось (при необходимости) с переводом в заголовочном комплексе; региональные крупные газеты и журналы появлялись, как правило, в национальных республиках или регионах (областях) с крупными диаспорами, исповедующими ислам; русскоязычные издания данного сегмента медиарынка начали появляться только в XXI веке, предположительно, с целью расширения аудиторного охвата. Вместе с тем, рынок исламских медиа не стал многочисленным.

Обнаружено, что «сдерживающими факторами» к росту и развитию исламской прессы России и, как следствие, Поволжья, был не закон, ограничивающий в принципе конфессиональные медиа, а кадровая недостаточность и слабое финансирование. Тем временем, духовные организации, делающие ставку на периодическую прессу, во многом игнорировали русскоязычных мусульман даже крупных исламских регионов, что в конце концов помешало их органичному росту в информационном поле и привело, в лучшем случае, к аудиторной стагнации.

Кроме того, делается вывод, что пресса на национальном языке, в особенности – с конфессиональной повесткой, может адекватно функционировать в полиэтническом регионе только как отдельный медийный

продукт, что обусловлено, как максимально однозначной целевой аудиторией, так и спецификой его распространения и потребления, что, в свою очередь, повышает его ресурсозатратность, делая его почти всегда нерентабельным, а потому плохо устойчивым на рынке.

В параграфе **1.3 «Интеграция исламской прессы в новые медиа и социальные сети»** автор проследил изменения, связанные с внедрением интернета и новых медиаплатформ в жизнь общества. Прослеживается связь возникновения новых медиаресурсов исламского содержания с различными духовными управлениями мусульман, что негативно влияет на содержание и качество контента.

Исходя из данных анализа информационно-новостного сегмента Рунета, были отмечены следующие характеристики сайтов с преобладающим исламским содержанием: новостные материалы чаще всего представляют собой небольшие заметки, ведущие на сторонние, более крупные ресурсы; редко встречается авторский новостной контент больших и (или) информационно-аналитических жанров; самые популярные разделы затрагивают вопросы мусульманской культуры и вопросов выстраивания частной и общественной жизни согласно нормам религии; преобладание просветительского контента над проповедями и богословием (что противоположно для исламской прессы, к примеру); наиболее «живучими» показали себя порталы, специализирующиеся на агрегировании крупных потоков новостной информации широкого спектра тем, и сайты, принадлежащие тем или иным организациям, использующие портал не только для информирования и (или) просвещения, но и как еще один механизм для осуществления своей деятельности.

Анализ среза информационно-новостного сегмента Рунета показал следующие характеристики исламских сайтов, которые становятся источником информации для региональных газет: 1) преобладание заметок, редкость авторского контента; 2) преобладание тематики следования религиозным нормам; 3) преобладание просветительского контента; 4) жизнеспособность в

условиях цифровизации агрегаторов исламского контента и сайтов религиозных организаций.

Конфессиональная и культурно-просветительская повестки отходят на формальные, даже номинальные позиции, занимая сильно меньше половины повестки, что очевидно снижает качество реализации основной духовно-мировоззренческой функции данных медиа. При этом появляется возможность расширения аудитории и вовлечения в медиапотребление контента об исламе больших, в том числе молодежных, аудиторных групп. Но вовлеченность аудитории не всегда имеет высокие показатели. Поэтому важно не просто создавать цифровые ресурсы и регулярно их обновлять качественным контентом, но и привлекать аудиторию посредством грамотных ssm-стратегий, что пока сложноосуществимо. Тем не менее, с каждым годом будет расти готовность аудиторных групп старшего возраста к потреблению информации в цифровом виде.

**Вторая глава «Региональное многообразие исламской прессы на русском и национальных языках в республиках Поволжья в начале XXI века»** посвящена анализу исламской прессы в республиках Мордовия, Чувашия, Марий Эл, Удмуртия.

В параграфе **2.1 «Исламская пресса в Республике Мордовия»** анализируются газеты «Ислам в Мордовии», «Дога» («Молитва»), «Татарская газета», «Ускюдар», «Юлдаш» («Спутник»), журнал «Сады праведных».

В Мордовии нет единого муфтията – на территории региона зарегистрировано три ДУМа, которые координируют деятельность мусульманских общин республики: духовное управление мусульман, региональное духовное управление, Центральное духовное управление мусульман. Эта разобценность очень сильно влияет на ситуацию с прессой. Создание противоборствующих муфтиятов и внутренние религиозные противоречия внутри региона стимулируют развитие большего количества изданий. Каждое духовное управление стремится делать контент (печатный или цифровой) для своей аудитории, конкурируя за читателя. Этим объясняется

довольно редкое (а в «немусульманском Поволжье» – уникальное) явление – попытка издания глянцевого журнала.

На примере Мордовии выявлено, что фигура муфтия и положение муфтията в регионе является важным критерием для возможности издавать свое СМИ. При политической и идеологической нестабильности издание газеты прекращается – примером этому является газета «Ускюдар» и сайт издания, закрывшиеся после судебных тяжб в отношении муфтия, освещавшихся в региональных и общероссийских СМИ. В то же время собственное СМИ может быть инструментом ведения идеологической борьбы и пропаганды, способом борьбы за целевую аудиторию и влияния на деятелей, занимающих высокие посты, что также доказывают некоторые материалы в рассмотренных изданиях, повышающих имидж собственного духовного управления и формирующих негатив в отношении других муфтиев. Финансовая нестабильность влияет на возможность выхода печатной версии газеты – так, газета «Дога» была переведена в онлайн-формат только из-за высоких для учредителя трат на полиграфию.

По итогам рассмотрения можно отметить: малую тиражность относительно большого числа потенциально заинтересованного населения региона; официальные органы власти или религиозные организации в качестве учредителей; в качестве приоритетной альтернативы выбираются собственные сайты, а не социальные сети.

В параграфе **2.2 «Исламская пресса в Республике Чувашия»** рассматриваются газеты «Вақыт», «Гулистан», «Авангард». В Чувашии, как и в Мордовии, функционирует несколько духовных управлений, соответственно, были попытки вести цифровые ресурсы исламской тематики. Однако по состоянию на 2023 год большая часть ресурсов не ведется, социальные сети не обновляются, хостинги сайтов не поддерживаются. Главный цифровой ресурс, объединяющий все перечисленные выше газеты (<https://21islam.ru/>), не имеет страниц в социальных медиа, что сводит аудиторию к людям, читающим бумажную версию и регулярно посещающим сайт. Связь с редакцией

осложняется местонахождением муфтията – он расположен не в Чебоксарах, а в селе Шыгырдан в 130 км от столицы региона.

Газета «Авангард» уникальна тем, что является районным СМИ. Издание двуязычное и распространяется на татарском и чувашском языках. Отличие газеты от остальных подобных состоит в том, что она долгое время издавалась только для жителей одного муниципального района, а затем стала распространяться во всей республике. Это говорит о растущем спросе среди национального населения и актуальности затрагиваемых тем и проблем.

Исламские издания Чувашии ориентируются по большей части на «бытовые» информационные потребности аудитории с редким «культурным» разнообразием в виде стихов от тех же читателей, поступающих в редакцию. Ожидаемого богословского содержания нет или очень мало, больше внимания уделяется деятельности учредителей, наличие которых, однако, не позволяет им выйти на показательные или весомые тиражи. Таким образом, исламская пресса в Чувашии, как и в целом исламские медиа, представлена достаточно слабо. При богатом культурном и национальном потенциале татарская и, как следствие, исламская повестка мало заявлена. Также в имеющихся изданиях слабо представлена духовно-просветительская риторика. Данная политика не может быть популярна у их целевой аудитории, поскольку не удовлетворяет в полной мере те потребности, за которыми читатель, как правило, обращается к духовной прессе.

В параграфе **2.3 «Исламская пресса в Республике Марий Эл»** анализируется газета «Маглюмат в Марий Эл» («Вестник в Марий Эл») – это издание на русском языке, которое выпускается региональным духовным управлением мусульман республики. В цифровом виде функционирует и регулярно обновляется сайт «Ислам в Марий Эл».

Исламская журналистика в регионе уникальна нестандартным дополнением в виде ежемесячной телепередачи «Изге мечеть» на телеканале ГТРК «Марий Эл», а на канале «МЭТР» выходит еженедельная передача «Основы ислама». Обе передачи выходят регулярно с 2012 года.

В регионе отсутствует собственная татарская газета. Есть лишь отдельное приложение к муниципальному СМИ – в Параньгинском районе выходит приложение «Безнең тормыш» («Наша жизнь»). Необходимость выпуска регионального общетатарского издания обусловлено поддержанием и развитием языка и культуры. При этом сложностями являются следующие факторы:

- 1) нехватка журналистов, владеющих татарским литературным языком;
- 2) нехватка финансирования.

В ходе полевых исследований был зафиксирован факт существования специфической региональной альтернативы традиционным профессиональным медиа – информационные группы или чаты в популярных мессенджерах. Участники данных групп являются как потребителями, так и полноправными авторами данных каналов обмена интегрирующей информации, что переводит их взаимодействие в поле гражданской журналистики. Есть предположение, что подобные группы развиваются и в других регионах страны, по тем или иным тематикам и информационным целям, как некий провинциальный феномен из сегмента гражданской журналистики, однако они подвержены высокому риску дезинформации и фейк-ньюз.

При полном отсутствии конкурентов газета «Маглюмат в Марий Эл» так и не «встала на ноги» как уверенное медиа. У этого есть ряд причин, характерных для многих изданий, рассматриваемых нами в данном исследовании:

- 1) недостаток финансирования, «схлопывающий» и тиражи, и территорию распространения, которая, если ориентироваться на основные районы проживания целевой аудитории, располагается достаточно удаленно от столицы республики;
- 2) недостаток профессиональных и, что немаловажно, замотивированных кадров; можем предположить, что основной «пул» данных людей или покинули республику, известную своими невысокими экономическими показателями, или реализуют свой потенциал в рамках вышеупомянутых телепередач;
- 3) «консервация» редакции с очевидным закрытием медиа в ближайшей перспективе.

Параграф 2.4 «Исламская пресса в Республике Удмуртия» посвящен исследованию изданий «Муслим» («Мусульманин»), «Центральная мечеть», «Саф Ислам» («Чистый ислам»), «Инзир», «Аль-Ихлас» («Искренность»), «Ихсан» («Чистосердечие»), «Янарыш». Срез проанализированного исламского медиаполя печатной периодической прессы Республики Удмуртия наталкивает на следующие выводы: 1) в силу наибольшего по сравнению с другими регионами проживания здесь татароязычного мусульманского населения печатная периодика исламского содержания представлена и более богатым выбором; 2) в отличие от других регионов нет однообразия в учредителях в виде официальных ДУМ; 3) основная масса данной прессы создавалась с краунфайдинговыми целями для строительства мечетей и по завершению своей основной миссии, если не закрывались, то переходили на местную новостную повестку и богословские материалы; 4) при очевидной популярности изданий тираж у них нестабилен и объективно мал для такой широкой целевой аудитории мусульманской прессы, которой располагает Удмуртия.

Издание отдельных изданий («Саф Ислам») подтверждает тенденцию выпуска исламских СМИ отдельными активистами, готовыми большую часть забот по выпуску и распространению брать на себя и довольствоваться малым штатом (наборщик, верстальщик). Поддержание работы таких СМИ во многом зависит от личной мотивации учредителя, ощущения у него общественной значимости своей работы и может быть прекращено не только по финансовым причинам, но и по личным («выгорание» от работы, понимание конкуренции со стороны других СМИ, выполняющих тот же общественный заказ).

Татарское издание «Янарыш» схоже с другими национальными газетами, распространяется по подписке и испытывает такие же сложности, как и пресса по всей России: 1) сложности с дистрибуцией, задержки доставок издания в отдаленные регионы; 2) проблемы с подписными кампаниями; 3) уменьшение количества тем в период пандемии из-за локдауна; 4) конкуренция с другими медиа, в том числе цифровыми; 5) уменьшение аудитории.

**Третья глава «Трансформация контента исламской прессы в республиках Поволжья в начале XXI века»** посвящена исследованию содержания и формы представления контента, а также перспективам развития исламской прессы в условиях цифровой трансформации общества.

**Параграф 3.1 «Жанрово-тематический анализ исламской прессы Поволжья»** построена на филологическом анализе содержания исламской прессы. Установлено, что редакции придерживаются традиционных газетных информационных жанров, предпочитая из них в большей степени новостные заметки и интервью, дальше по частоте публикаций идут репортажи, обзоры, очерки, в т. ч. портретные. Проповеднические и просветительские функции издания стараются выполнять как посредством публицистических, так и чисто информационных материалов. При этом самой частой темой для публикаций является человек и уже в этом «сегменте» идет дробление на подтемы: «чистый ислам», активная гражданская позиция, профессионализм и пр. К сожалению, как жанрово, так и тематически в изданиях не замечено явного разнообразия, собственно, как и очевидного качества материалов, поскольку даже имеющиеся тексты часто не соответствуют нормам теории журналистики. Отсутствуют или только вскользь упоминаются темы политики, экологии, светской культуры, грамотной культуры потребления, специфики работы с государственными структурами и организациями.

Информационные заметки и статьи, как правило, представлены в публицистическом или официально-деловом стиле, в то время как рассказы, проповеди и выдержки из Корана отличаются выразительностью и образностью, используются метафоры и символизм. В конфессиональных медиа кликбейт-заголовки являются редкостью, так как нет цели соперничества за счет кликов и сенсаций, аудитория приходит с другими целями.

Рассматриваемые издания держат относительный баланс между новостным и проповедническим контентом, что позволяет им сохранять как магистральную линию конфессиональной направленности, так и держаться в статусе средства получения актуальной информации. В небольшом количестве и

без должной регулярности в СМИ обнаруживались публицистика (в том числе и перепечатанная) достаточно скромных объемов и всевозможные объявления. Чуть больше представлен контент, направленный на практическое, бытовое применение в жизни правоверного мусульманина, но часто его «заменяет» телепрограмма. Рубрики обратной связи «вопрос-ответ» представлены редко при постоянном наличии обращений и открытых писем редакций, что может характеризовать издания скорее, как «рупоры» духовных учреждений или частных лиц, являющихся учредителями изданий, чем столь необходимые диалоговые площадки между духовными лидерами и верующей аудиторией.

**Параграф 3.2 «Анализ верстки и дизайна исламской прессы Поволжья и специфика адаптации их контента к цифровому пространству»** включает рассмотрение визуальной составляющей исламских изданий. Выявлено, что основным и универсальным недостатком рассматриваемых газет можно назвать непостоянство их верстки. Газеты преимущественно издаются в традиционном газетном А3 формате с черно-белой печатью на четырех полосах. Верстальщики не завышают и не занижают регистр основного текста, принятый в периодической печати, однако прибегают к использованию слишком большого количества наборов шрифтов не только в пределах одного номера, что принято считать недопустимым, но и в масштабе одной полосы, что вовсе может привести к засилию визуального мусора. В качестве логических направляющих чаще всего используются линии, в качестве украшения – рамки к фотографиям и цитатным врезкам. Фотографии преимущественно берутся статичные, общего плана и не лучшего качества (вероятно, снятые на камеру телефона), для интервью и портретных очерков – из личных архивов героев; скачанные изображения из интернета больше напоминают «стоковый» материал, размещенный в открытом доступе, чем специально закупленные для публикации, возможно нарушение авторских прав.

Дизайн исламской прессы в изученных регионах не только устарел с точки зрения восприятия визуальной информации, но и разносторонне игнорирует правила верстки и дизайна в типографике периодических изданий, усложняя

восприятие предлагаемой информации. Данная проблема, как и многие другие связана с непрофессионализмом в кадровой структуре изданий, недостатком кадров, в том числе владеющих представлением о полном цикле создания печатного издания.

Аспект визуального оформления составляет важный этап моделирования СМИ и тесно связан с лояльностью аудитории. Использование некачественного оформления, креолизации медиатекстов может влиять на восприятие информации, вызывать сложности потребления информации и даже полный отказ от газеты в пользу цифровых ресурсов. Изображения, взятые со сторонних ресурсов с нарушением авторского права, могут вызвать финансовые проблемы и без этого нестабильных в экономическом плане редакций. Поэтому крайне важно обращать на данные моменты внимание и ориентироваться на лучшие образцы, выделенные в исследовании.

**Параграф 3.3 «Перспективы развития исламской прессы в республиках Поволжья»** посвящен рассмотрению перспективных траекторий развития исламской прессы и возможным прогнозам ее будущего состояния.

Национальные издания, выходящие в национальных регионах, где мусульмане не являются многочисленными, имеют определенные сложности, усиливающиеся в условиях цифровизации и конкуренции со стороны неинституциональных медиа. Данные сложности могут в дальнейшем приводить к нарушению периодичности выхода СМИ, снижению уровня интереса и вовлеченности аудитории, понижению качества медиатекстов, визуализации и печати. Активисты и журналисты национальных и конфессиональных СМИ стараются сохранить выпуск печатных изданий и развивают новые форматы распространения информации об исламе на различных медиаплатформах. Это и в будущем является крайне важным для сохранения культурного наследия и укрепления национальной идентичности.

Установлено, что конфессиональный контент в рассматриваемых регионах в цифровом поле представлен или достаточно скудно, или не представлен вовсе. Низкая вовлеченность или ее полное отсутствие рассматриваемых редакций в

работу новых медиа может свидетельствовать как о непрофессионализме их сотрудников в работе с данными платформами, так и о фактическом закрытии работы данных изданий. Непредставленность профессионально подготовленного конфессионального контента для аудитории новых медиа (преимущественно юношества и молодых людей) может в перспективе негативно сказаться на их грамотном информировании в соответствующих вопросах за счет получения запрашиваемых сведений из любительских источников. Игнорирование исламской прессой площадок новых медиа как дополнительного или альтернативного источника аудиторного внимания может привести к исчезновению данного медийного сегмента, столь важного для функционирования локального информационного поля того или иного региона.

Экспертные интервью показали, что интерес к печатным СМИ присутствует, однако в ряде случаев полный или частичный переход на цифровые ресурсы был неизбежным в связи с экономическими трудностями. Если в дальнейшем эта тенденция сохранится, то возможен полный уход конфессионального контента из поля традиционных СМИ. А если в редакциях сохранится дефицит владеющих цифровыми технологиями кадров, мусульманский контент может исчезнуть из медиаполя или будет носить ситуативный характер. В цифровой среде популярностью пользуются короткие форматы и новостные материалы, что при дальнейшем переходе в интернет-пространство может полностью изменить структуру и содержание контента об исламе, снизить количество просветительских, аналитических материалов.

**В Заключении** подводятся итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшего изучения исламских медиа в период постоянной цифровой трансформации общества и изменений медиасистем. Полученные в ходе диссертационного исследования результаты позволяют как получить картину состояния исламских СМИ, так и понять дальнейшие сценарии их развития. Полагаем, что данная работа открывает будет перспективной в изучении конфессиональных медиа не только в России, но и за рубежом.

## Список публикаций автора по теме диссертационной работы

*Публикации в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России:*

1. Ал-Хилфи Х. Общетатарские и исламские СМИ как средство сохранения языка и культуры в национальных регионах Поволжья // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 37–48. (0,75 п. л.)

2. Ал-Хилфи Х. Специфика исламских печатных СМИ в республике Мордовия (на примере газеты «Дога») // Вестник ТвГУ. Серия: Филология. 2022. № 1. С. 111–118. (0,5 п. л.)

3. Ал-Хилфи Х., Дементьева К. В. Типологическая модель исламской прессы в России рубежа XIX-XX веков // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 2 (48). С. 41–51. (0,7/0,35 п. л.)

*Другие публикации:*

4. Ал-Хилфи Х. Исламская печатная пресса Республики Мордовия в начале XXI века // Мусульманский мир. 2020. № 2. С. 6–11. (0,4 п. л.)

5. Ал-Хилфи Х. Мусульманские медиа в регионах Поволжья // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. М. : Фак. журн. МГУ, 2021. С. 175–176. (0,1 п. л.)

6. Ал-Хилфи Х. Тенденции развития исламской прессы в Республике Мордовия // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. 2022. С. 201–202. (0,1 п. л.)

7. Ал-Хилфи Х. Цифровизация исламских медиа в Поволжье // Коммуникация в современном мире. Материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. В 2 ч. Ч. 2. Воронеж, 2023. С. 36–37. (0,1 п. л.)

8. Ал-Хилфи Х. Тенденции развития исламских медиа в национальных республиках Поволжья // Региональная журналистика, реклама и связи с общественностью: вызовы и решения. Сборник статей и материалов

IX Всероссийской научно-практической конференции. Иваново, 2024. С. 74–75.  
(0,1 п. л.)