

На правах рукописи



Комилова Хосиятхон Мирисломовна

**ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ В СМИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН УЧАСТИЯ ЖЕНЩИН В АГРОБИЗНЕСЕ
(2015–2021 гг.)**

Специальность 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Душанбе – 2025

Работа выполнена на кафедре отечественной и международной журналистики МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет».

Научный руководитель:

Муллоев Шариф Бокиевич, доктор филологических наук, профессор кафедры отечественной и международной журналистики МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет».

Официальные оппоненты:

Хасанова Тахмина Гаюровна, доктор филологических наук, доцент кафедры лингвистики филиала Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в городе Душанбе.

Хушдил Рахимджон

кандидат филологических наук, главный редактор журнала «Истикбол».

Ведущая организация:

Таджикский государственный институт культуры и искусств имени Мирзо Турсунзаде.

Защита состоится «19» февраля 2026 года в 13.00 часов на заседании диссертационного совета 73.2.003.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций при МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет» (734025, г. Душанбе, ул. М. Турсунзаде, 30).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Российско-Таджикского (Славянского) университета (<https://www.rtsu.tj/>).

Автореферат разослан « ____ » _____ 2025 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета,

доктор филологических наук, профессор

Рахимов А.А.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В Республике Таджикистан современные медиа выступают ключевым социальным институтом, чья роль в массовой коммуникации неуклонно возрастает. Они обеспечивают функции социального регулирования в информационном пространстве и участвуют в формировании общественных представлений и оценок. Этот механизм включает в себя решение вопросов социальной защиты, оказание помощи и поддержки различным группам населения, стратам и общностям, что подчеркивает их вклад в социальную стабильность. Кроме того, средствами массовой информации осуществляется интенсивная обработка и формирование различных форм сознания – индивидуального, политического, национального, социального. При этом в одинаковой степени возможна реализация как созидательных, так и разрушительных задач.

Важнейшим аспектом является комплексное влияние средств массовой информации на генезис и трансформацию ценностных ориентаций. Фундаментом подобного комплексного воздействия выступает человеческая потребность в познании окружающей действительности, многообразие информационных каналов, регулярность поступления данных, вариативность форм представления, а также креативная обработка транслируемого контента. Не случайно в рамках официального дискурса СМИ представляются как совокупность каналов распространения информации, адресованной неограниченному числу лиц, социальных групп государств с целью оперативного информирования их относительно событий и явлений в мире, конкретной стране, определенном регионе, а также для выполнения специальных социальных функций. Одной из важных функций современной журналистики является социально-экономическое информирование.

В последние годы отечественная пресса активно осваивает и вводит в общественный оборот новые темы, сюжеты и проблемы социального и экономического характера. Некоторые из этих сюжетов и проблем возникли недавно; какие-то в прежние годы СМИ предпочитали не освещать, поэтому их «новизна» носит кажущийся характер. От этого обсуждение их не стало более легким для журналиста и аналитика: факт изъятия из общественного и журналистского дискурса превратил эти темы в «фигуры умолчания», делая их одновременно знакомыми и невыразимыми, эмоционально заряженными и социально непривлекательными. Такой, безусловно, является тема женского предпринимательства, в русле которой отдельно проецируется проблема освещения деятельности таджикских женщин в аграрном бизнесе.

Казалось бы, разработка этой темы в медийном пространстве чрезвычайно актуальна как для общественного развития, так и для интенсификации экономического потенциала. В Таджикистане 52% населения составляют женщины, и от их активной деятельности во многом зависит дальнейшее укрепление суверенитета и будущее страны. На сегодняшний день, несмотря на предпринимаемые правительством меры, все еще существует существенный разрыв между юридическим и фактическим равноправием мужчин и женщин, который особенно проявляется в сельской местности.

Между тем женское предпринимательство является действенной силой, позволяющей развивать лучшие отрасли экономики страны, в том числе аграрный сектор. Женщины-предприниматели как неотъемлемая часть бизнес-сообщества способствуют реализации политических и социальных целей Правительства Республики Таджикистан (РТ), решению гендерных вопросов, поддержке действий женщин-предпринимателей, налаживанию обмена опытом, укреплению сотрудничества между кредитными организациями и организациями женщин-предпринимателей, улучшению финансирования женщин-предпринимателей, повышению финансового образования и защите их прав.

Во многих странах мира созданы специализированные структуры, оказывающие поддержку женщинам-предпринимателям. Например, в Казахстане функционирует фонд «Даму», способствующий развитию женского бизнеса. В России в рамках деятельности Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» создан комитет, ориентированный на поддержку женщин в предпринимательской сфере. В Таджикистане содействие развитию женского предпринимательства и агробизнеса оказывают различные организации, включая национальные микрофинансовые структуры, такие как «Имон Интернешнл», общественные объединения, например, «Мастерская Инициатив для Развития» (МИР), а также ряд международных организаций, участвующих в реализации социальных и экономических программ, в том числе Агентство США по международному развитию (USAID).

Развитие частного сектора и деловой активности, в том числе среди женщин, считается одним из приоритетных направлений экономической политики общества. Правительство страны принимает целенаправленные меры в целях поддержки творческих и предприимчивых женщин, постоянно заботится о повышении статуса женщины в обществе,

прилагая усилия для мобилизации этой творческой силы и активной части общества для устойчивого развития страны.

Уместно сказать, что постоянными усилиями и инициативами Президента страны Эмомали Рахмона по стабилизации положения женщин в обществе правовые гарантии равноправия женщин и мужчин способствовали активному участию женщин в сферах общественной и государственной жизни.

Результаты реализации различных проектов свидетельствуют о том, что таджикские женщины обладают хорошими рабочими навыками в направлении возрождения народных промыслов, создания небольших ковровых фабрик, разведения птицы и рыбы, переработки сухофруктов, развития сельскохозяйственных производств. Организация соответствующих финансовых условий, способствующих развитию малого и среднего предпринимательства, особенно женского, играет важную роль в повышении уровня жизни населения страны. Правительство республики придает большое значение этому вопросу. В своем выступлении в 2015 году лидер нации выразил удовлетворение ростом числа женщин, занятых в частном бизнесе.

Несмотря на активные изменения в сфере женского предпринимательства, особенно в агробизнесе, этот сектор пока не получил широкого распространения, а потенциал женщин не всегда используется эффективно для ускоренной индустриализации страны. Одним из значимых препятствий является недостаточное информационно-аналитическое сопровождение деятельности женщин-предпринимателей в аграрной сфере. В рамках изучения этого вопроса анализу подвергся Проект по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане (АСАТ), реализованный в 2018–2023 гг.

В течение пяти лет проект охватывал 13 южных районов страны, создавая дополнительные возможности для трудоустройства женщин и увеличения их доходов. Он также способствовал вовлечению республики в региональную торговлю и укреплению экономического взаимодействия в Центральной Азии (ЦА). Однако в начале реализации команда проекта выявила пробелы в освещении в СМИ деятельности местного агробизнеса, возглавляемого женщинами и в акцентировании важности этого сектора. Проведенный нами опрос среди 20 журналистов показал, что только 20% респондентов обладают четким пониманием концепции агробизнеса, а большинство связывают его исключительно с фермерством.

Безусловно, СМИ являются модератором, организующим диалог прессы и социума, поскольку именно масс-медиа призваны

аккумулировать наиболее значимые для общества проблемы. «Главной особенностью журналистики является ее ориентированность на самопрезентацию в качестве площадки для диалога, - считает И.М. Дзялошинский. - Иногда речь идет о том, что гражданская журналистика – это модератор или организатор социального диалога»¹ [20, с. 42]. Постоянная коммуникация с аудиторией позволяет журналистам достаточно тонко чувствовать тренды и запросы современного общества. Анализируя степень представленности женского агробизнеса в медийном пространстве Таджикистана, мы считаем необходимым отметить много ярких примеров успешных женщин-предпринимателей. Они не раз становились главными героями материалов отечественных газет, радио и телевидения.

Исследование качества освещения в СМИ Таджикистана участия женщин в агробизнесе чрезвычайно важно для выработки перспективных медийных стратегий. Что касается отдельных аспектов актуальности, то важность темы на микроуровне обусловлена следующими факторами:

- нехватка знаний и опыта у представителей СМИ по освещению тем, связанных с агробизнесом;
- различные барьеры для женщин в агробизнесе: сельские стереотипы, традиции и менталитет, отсутствие своего голоса и твердой позиции при ведении бизнеса с мужчинами;
- значимая роль женщин в развитии страны посредством успешного введения агробизнеса и необходимость освещения этой роли в СМИ;
- наличие проблем на пути достижения женщинами своих целей и их освещение в СМИ.

Кроме этого, анализ гендерных аспектов журналистского дискурса как зеркала низкого уровня медийного сопровождения участия женщин в агробизнесе представляется актуальным как для преодоления архаичных стереотипов, традиций и менталитета, так и для решения социально-экономических задач на пути индустриализации государства.

Все это явилось научным и гражданским посылом в выборе темы диссертационного исследования «Особенности освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе».

Объектом исследования данной работы являются особенности информационной и аналитической представленности женского агробизнеса в медийном пространстве Таджикистана.

Предмет исследования - отечественный медиаконтент о женском предпринимательстве в аграрной сфере периода 2015-2021 гг. Внимание

¹ Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. – М.: Престиж, 2006. – С. 42.

сосредоточено на публикациях, в которых поднимаются различные проблемы женского агробизнеса, его состояния и перспектив дальнейшего развития.

Степень изученности темы. Проблема освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе до настоящего времени не становилась объектом монографического исследования. В последние два десятилетия выявлено и сформулировано множество факторов, которые рассматривают различные аспекты проблем женщин и деятельности СМИ в различных областях. Рассматриваемая нами тема является одним из аспектов социально-экономической активности женщин Таджикистана – процесса, который в последние годы характеризуется интенсивностью и поступательностью, что объясняется заинтересованностью государства в изменении статуса женщин, их привлечения и в сферу экономики и коммерции, политикой Таджикистана, направленной на достижение гендерного равенства.

Учитывая тот факт, что активное участие женщин в предпринимательской деятельности, в частности агробизнесе, имеет свою предысторию, мы сочли необходимым рассмотреть трансформацию социальных ролей женщин в Таджикистане в исторической ретроспективе. Этот аспект неоднократно становился объектом монографического исследования. В частности, в работах таких отечественных исследователей, как О.Э. Рахмонова, С.Т. Ашрапова, С.Ю. Дадабаева, С.Р. Касимова, В.М. Мирзоева, Т.М. Мирзорахимова, Ш.Б. Муллоев, Р.А. Набиева достаточно целостно и детально изучена история развития женского движения в Таджикистане, выявлен вопрос об участии женщин в общественно-политической и культурной жизни Таджикистана до периода суверенитета, а также место и роль женщины в культурной и политической жизни общества на современном этапе. Особый интерес представляет диссертационная работа С.А. Низомовой «Становление и развитие женской периодической печати в Таджикистане: на примере женских журналов «Фируза» и «Бонувони Тоҷикистон», в которой затрагивается вопрос об активности таджикских женщин в аграрной сфере сквозь призму СМИ. Эта же тема рассматривается Ш.Б. Муллоевым в статье «Специфика гендерных материалов на страницах журнала «Занони Тоҷикистон».

Отдельный пласт научной литературы составили работы, касающиеся проблемы гендерной парадигмы в агробизнесе Таджикистана на современном этапе. Сюда можно отнести работы Г.Б. Бобосадыковой, Ш.А. Джураевой, Э. Дюбан, А. Ишканияна, А. Куватовой, Я. Куддусова, Ш. Хошаковой.

Что касается рассмотрения указанной темы непосредственно через призму журналистского дискурса, то в этом отношении интерес для нас составили работы, затрагивающие такие аспекты, как презентация социального портрета женского предпринимательства в агросфере в СМИ и особенности медийного сопровождения различными СМИ вопросов агробизнеса с участием женщин. В эту группу вошли результаты научных изысканий Т.А. Беневоленской, В.И. Казаковой, М.П. Карпенко, Н.А. Красичковой, О.Л. Лаврика, Н.А. Родионовой, Е.В. Шириной и др.

Проводимое нами исследование является первой попыткой научного осмысления темы освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе. До этого момента указанная тема затрагивалась на уровне научных статей и газетных публикаций, но при этом в них не принимался во внимание журналистский дискурс. То есть освещалась история отдельных женщин-предпринимателей республики, которые достигли успеха в агробизнесе, рассматривалась законодательная база, направленная на стимулирование участия женщин в агробизнесе, предыстория трансформации их социальных ролей. В последние годы в проблеме участия женщин в агробизнесе выявились новые аспекты, нуждающиеся в углубленном исследовании. Это взаимовлияние развития СМИ и женского вопроса, роль и место гендерной проблематики в контексте формирования имиджа государства и общественного мнения, а также конвергенции СМИ в соответствии с возрастающими требованиями обеспечения механизма обратных связей государства и общества, что и определило тему исследования.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе в период 2015–2021 гг. и расширении у журналистов понимания концепций агробизнеса в Таджикистане.

Для достижения поставленной цели в диссертации предусматривается решение следующих **задач**:

- провести ретроспективный анализ процесса трансформации социальных ролей женщин в Таджикистане;
- выявить особенности гендерной парадигмы в агробизнесе Таджикистана на современном этапе;
- раскрыть специфику представленности женского агробизнеса в медийном пространстве Таджикистана;
- выявить особенности социального портрета представительниц агробизнеса, репрезентируемого по каналам СМИ;
- проанализировать качество и степень освещения в СМИ вопросов участия женщин в агробизнесе;

- проанализировать жанровые особенности медиаконтента об участии женщин в агробизнесе.

Научная новизна разрабатываемой проблемы заключается в том, что диссертация представляет собой первую попытку комплексного исследования всего спектра освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе на конкретных примерах газетных, радио- и телематериалов. В работе также подвергаются глубокому исследованию вопросы о роли женщины в деле развития агробизнеса и вкладе женщин в экономику страны, нашедших отражение в СМИ.

Автор видит новизну полученных результатов в том, что представленное исследование является результатом анализа уровня и качества освещения в СМИ РТ участия женщин в агробизнесе в условиях суверенного государства, что позволяет рассматривать работу как исследование механизмов формирования медиаобразов и жанровых моделей в таджикских СМИ.

Теоретическая и практическая значимость диссертационной работы. Положения, результаты и выводы данной диссертационной работы могут быть использованы при подготовке лекционных курсов для высших учебных заведений, разработке учебных пособий, спецкурсов и спецсеминаров по журналистике.

Кроме того, результаты исследования и содержащийся в диссертационной работе материал могут быть использованы для:

- подготовки квалифицированных медиа-тренеров по агробизнесу;
- повышения знаний у представителей СМИ по освещению тем, связанных с агробизнесом;
- обучения женщин-журналистов в регионах умению освещать экономические темы и развития навыков написания бизнес-статей;
- преодоления социально-психологических барьеров (стереотипов, традиций и менталитет) среди женщин лидеров агробизнеса;
- решения проблем женщин на пути достижения своих целей;
- правильного и достоверного освещения роли женщин в агробизнесе.

Теоретическую базу исследования составили труды видных отечественных и зарубежных теоретиков журналистики: М.А.Абдуллозода, Ш.Б.Муллоева, А.А.Рахимова, А.А. Афсахзода, Н.И. Брукер, Н.С. Валгиной, В.В. Ворошилова, В.М. Горохова, С.М. Гуревича, И.М. Дзялошинского, Э. Дэнниса, М.Н. Кима, А.Д. Кривоносова, М.М. Лукиной, М. Муродова, А.Н. Нуралиева, Е.П. Прохорова, Г.Я. Солганика, А.А. Тертычного, Дж. Усманова, М. Черпахова.

Методология и методика исследования. Теоретической и методологической базой исследования послужили диалектический метод

познания, научные труды отечественных и зарубежных ученых по теории журналистики, проблемам эффективного развития предпринимательства, разработке стратегии и тактики агробизнеса, а также социально-философский и исторический подходы в анализе и оценке системы гендерных отношений в сфере предпринимательства.

Положения, выносимые на защиту:

1. Участие таджикских женщин в агробизнесе является красноречивым свидетельством трансформации социальных ролей женщин страны в условиях рыночной экономики. Это закономерный процесс, обусловленный интенсификацией социально-экономической активности таджикских женщин при всесторонней поддержке со стороны правительства республики и международных организаций.
2. Участие таджикских женщин в агробизнесе рассматривается как показатель трансформации гендерных стереотипов и изменения структуры гендерных отношений, отражающий переоценку традиционных социальных ролей в условиях социально-экономических преобразований.
3. СМИ выступают в роли транслятора, обеспечивающего освещение темы участия таджикских женщин в агробизнесе. Однако данная тема периферийна для большинства современных таджикских СМИ, которые ограничиваются крайне поверхностным раскрытием указанной темы.
4. Обращение отечественных СМИ к проблеме участия таджикских женщин в агробизнесе в медийной интерпретации способствует формированию социального портрета женщины, достигшей успеха на уровне предпринимательства в аграрном секторе. Это медиаобраз, отражающий такие черты, как предприимчивость, инициативность, ответственность.
5. В условиях интенсификации социально-экономической активности женщин республики, пристального внимания коммерческих кругов, международных организаций, различных государственных структур к данному процессу в медиаконтенте возникает все большая востребованность темы женского предпринимательства в сфере агробизнеса.
6. Тема участия таджикских женщин в агробизнесе нуждается в активном аналитическом сопровождении со стороны журналистского сообщества, позволяющем вскрыть и систематизировать весь комплекс проблем, с которым приходится

сталкиваться женщинам и девушкам начинающим предпринимателям сферы агробизнеса.

Степень достоверности. Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается опорой на фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых в области теории журналистики, медиакоммуникаций, гендерных исследований и социально-экономического развития, а также использованием комплекса взаимодополняющих научных методов, адекватных целям и задачам исследования.

Выводы и обобщения основаны на анализе значительного массива эмпирического материала, включающего публикации центральных и региональных печатных СМИ Республики Таджикистан, а также материалы интернет-ресурсов за период 2015–2021 гг.

Достоверность полученных результатов подтверждается логической непротиворечивостью интерпретаций, репрезентативностью исследуемого медиаконтента, сопоставлением теоретических положений с эмпирическими данными, а также соответствием выводов целям и задачам диссертационного исследования.

Апробация результатов работы. Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в 4 научных публикациях, опубликованных в рецензируемых научных изданиях, включенных в Перечень ВАК Минобрнауки Российской Федерации.

Результаты исследования обсуждались и получили положительную оценку на заседании кафедры отечественной и международной журналистики МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет». По итогам обсуждения диссертация была рекомендована к защите (протокол № 4 от 30 ноября 2024 г.).

Объем и структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, с соответствующими разделами, заключения, перечня сокращений и списка использованной литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, формулируются предмет и объект исследования, выявляется степень изученности темы, определяются цель, задачи и методологические основания работы, дается представление о новизне, теоретической и практической значимости диссертации.

Первая глава диссертации «**Политика Таджикистана в области гендерного равенства**», состоящая из двух разделов, посвящена анализу институциональных механизмов реализации гендерной политики в

Республике Таджикистан, а также фундаментальных аспектов проблемного поля женского агробизнеса: гендерных отношений, гендерного равенства, трансформации социальных ролей женщин, особенностей социальных стереотипов, гендерно-социогенных императивов бизнес-концепций и т.п.

В первом разделе **«Трансформация социальных ролей женщин в Таджикистане в исторической ретроспективе»** рассматриваются этапы эволюции статуса женщины в таджикском обществе, начиная с доисламского периода, через советскую эпоху и до современности. Особое внимание уделяется анализу законодательных актов и государственных программ, направленных на расширение прав и возможностей женщин.

Трансформация социальных ролей женщин в Таджикистане условно разделяется на пять периодов:

- первый период (20-е - 30-е годы прошлого столетия);
- второй период (годы Великой Отечественной Войны (далее ВОВ));
- третий период (послевоенные десятилетия вплоть до эпохи перестройки);
- четвертый период (первые десятилетия суверенитета);
- пятый период (современный этап – 2015-2021 гг.).

Начальный этап ознаменовался преимущественно усилиями по эмансипации женщин. Последующий период отличался интенсивным включением женского населения в производственную деятельность в связи с мобилизацией мужчин на военную службу. Третий этап демонстрировал активную интеграцию женщин во все аспекты общественной жизни, а также достижение ими значительных успехов, в том числе в государственном управлении. Четвертый период, совпадающий с Гражданской войной, был отмечен возрождением традиционных устоев общества. Пятый этап характеризуется фундаментальной трансформацией гендерных ролей женщин в Таджикистане.

Пребывание Таджикистана в составе Советского Союза так же, как и в других странах ЦА, привело к кардинальной ломке прежних стереотипов и обычаев, господствовавших на протяжении сотен столетий. Традиционное таджикское общество представляло собой пример патриархального уклада, в котором главенствующее место занимал мужчина. Советская власть признала необходимость расширения роли женщин в экономической, политической и социальной жизни, и это означало отмену ограничений на права женщин, перераспределение

домашних обязанностей, мобилизацию женской рабочей силы и требование посещения школ девочками.

Современные отечественные исследователи, в частности В. М. Мирзоева, отмечают, что «благодаря этим мероприятиям Советской власти, с помощью женщин всех национальностей СССР к активному участию в политической, хозяйственной и культурной жизни общества приобщались в прошлом крайне забытые и угнетенные женщины Востока»².

В годы ВОВ наблюдаются дальнейшие эволюционные тенденции раскрепощения женщин. Уже к концу 1941 года свыше тысячи женщин работали трактористами, комбайнерами, шоферами, пилотами самолетов, машинистами на железной дороге. В период 1941–1945 гг. в сельском хозяйстве республики работало 160 тысяч женщин. Из окончивших курсы бригадиров тракторных бригад женщины составляли 50,6%, среди комбайнеров – 48,4%³.

Согласно архивным данным, из общего числа 14765 молодых людей, прошедших обучение военным специальностям, свыше 10 тысяч являлись девушками. В их числе выделяются 350 снайперов, 1420 автоматчиц, 270 радисток, 435 телеграфисток, 3750 телефонисток и 4195 стрелков⁴. Данные цифры свидетельствуют о существенном вкладе женского населения в обороноспособность страны в условиях военного конфликта.

О кардинальной трансформации социальных ролей таджикских женщин свидетельствует факт возложения на тружениц Таджикистана руководящих должностей. В частности, в военные годы 28 женщин-таджичек работали председателями колхозов, 88 – заместителями председателей, 54 – заведующими фермами, 1335 – бригадирами и 4 588 – звеньевыми⁵.

В послевоенные десятилетия трансформация социальных ролей таджикских женщин набрала еще больший оборот. Так, в 1970 году среднегодовая численность женщин-рабочих и служащих в Таджикистане составляла 223 тысячи человек, в 1980 году – 361 тысячу и в 1989 году –

² Мирзоева В.М. История развития женского движения в Таджикистане за годы независимости: дис ... канд. ист. наук. – Душанбе, 2004. – С. 33.

³ Амиршоева Г. Гулбахор Махкамова: «Женское предпринимательство, как явление и феномен, в РТ привлекает и вызывает интерес...» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.toptj.com/News/2012/05/16/gulbakhor_makhkamova_zhenskoe_predprinimatelstvo_kak_yavlenie_i_fenomen_v_rt_privlekaet_i_vyzyvaet_interes (дата обращения: 27.10.2023).

⁴ Там же.

⁵ Там же.

450 тысяч человек, что свидетельствует о высоком темпе привлечения женщин к полезному труду⁶.

В диссертации особо рассматривается вопрос о медийном сопровождении социально-политической активности таджикских женщин в советский период. Отмечается факт создания женской периодики, в частности журнала «Занони Советии Тоҷик» («Таджикские советские женщины»), в последующем – «Занони Тоҷикистон» («Женщины Таджикистана»); многочисленных журналистских материалов, отражающих трудовые свершения таджикских женщин.

В настоящее время трансформационные процессы социальных ролей таджикских женщин протекают в русле социально-экономических тенденций. Женщины из-за большой загруженности не всегда могут в полной мере выполнить свои роли: кормильца семьи, воспитателя и домохозяйки, но изменение гендерных ролей не воспринимается обществом. Данные трансформации обусловлены комплексом факторов, включая трудовую миграцию мужчин, урбанизацию и расширение доступа женщин к образованию и занятости. Однако, несмотря на растущую экономическую активность, традиционные гендерные стереотипы, укоренившиеся в обществе, оказывают значительное влияние на распределение ролей и обязанностей.

Анализ, предпринятый в диссертации, показал, что женщины, занятые вне дома, сталкиваются с двойной нагрузкой, выполняя как профессиональные обязанности, так и обязанности по дому и воспитанию детей. Это приводит к перегрузке и ограничению возможностей для самореализации и карьерного роста. Тем не менее государство признает роль женщины в развитии и формировании экономически устойчивого и политически стабильного во всех отношениях общества.

Во втором разделе главы **«Гендерная парадигма в агробизнесе Таджикистана на современном этапе»** рассматриваются специфика участия женщин в аграрном секторе экономики Таджикистана, факторы, определяющие их социально-экономическое положение, а также анализируются понятия «женский бизнес» и «женское предпринимательство», которые имеют различные интерпретации в зависимости от контекста. Но основной акцент делается на агробизнесе, охватывающем предпринимательскую активность в области создания, обработки и товарообмена аграрной продукции, включая оказание торговых, сервисных и информационных услуг.

⁶ Женщины в СССР: Стат. материалы / Гос. ком. СССР по статистике; Информ.-изд. центр. – М.: Финансы и статистика, 1991. – С. 13.

В последние десятилетия наблюдается усиление роли женщин в сельском хозяйстве и сельской экономике в целом. Однако, как подчеркивают современные исследователи, «неблагоприятные экологические условия, укоренившиеся социокультурные нормы и ограниченные перспективы в сельской местности препятствуют полноценной конкуренции сельских женщин на рынке труда, что существенно ограничивает их экономическую активность»⁷. Отсутствие возможностей для трудоустройства приводит к тому, что женщины могут заниматься только мелкомасштабной экономической деятельностью.

В настоящее время поддержка женского предпринимательства является одним из основных направлений развития экономики республики, и необходимо отметить, что Правительство РТ постоянно предпринимает активные и конструктивные шаги в этом направлении. Развитие частного сектора, предпринимательства и привлечение инвестиций в Национальной Стратегии развития на период до 2030 года определены как ключевой инструмент для достижения национальных целей. Наблюдается рост доли женщин в этом важном секторе экономики.

В последние годы принимаются весьма серьезные и действенные меры по развитию сельскохозяйственного сектора и внедрению в сельское хозяйство современных инновационных технологий. Особое внимание уделяется диверсификации производства за счет организации вторичного посева, производства конкурентоспособных и прибыльных экспортных продуктов, расширения посевных площадей под овощи и создания плодородных садов и виноградников. Конкурентным преимуществом аграрного сектора РТ является благоприятный климат, способствующий получению до 3-х урожаев в год по многим видам растениеводческой продукции.

Для развития женского предпринимательства в агробизнесе в Таджикистане используется комплекс различных инструментов, включая государственные программы, инициативы местных банков и микрофинансовых организаций, а также поддержка международных партнеров. В зависимости от социально-экономической ситуации эти механизмы адаптируются, усиливаются или дополняются новыми мерами.

В этом процессе значительную роль играют как отечественные финансовые структуры, так и международные организации, предоставляющие техническую и финансовую поддержку. Например,

⁷ Mukhamedova N. Wegerich K. Land Reforms and Feminization of Agricultural Labor in Sughd Province, Tajikistan // International Water Management Institute, Research Report. – London: Note. 2019. – P. 130.

Европейский Банк Реконструкции и Развития (ЕБРР) в 2016 году запустил программу Повышение конкурентоспособности таджикского агробизнеса, уделяя особое внимание поддержке женщин-фермеров. Программа включала в себя предоставление кредитных линий дехканским хозяйствам и перерабатывающим предприятиям, а также грантовую поддержку для приобретения сельскохозяйственной техники и оборудования.

В настоящее время все больше женщин Таджикистана заинтересованы и в состоянии войти в сферу предпринимательской деятельности в аграрном секторе, которая традиционно считается «мужской». Женский агробизнес, как правило, меньше по размеру, чем мужской, и часто формируется на индивидуальном уровне. Женское предпринимательство ориентировано на такие отрасли и виды деятельности, которые не требуют значительного стартового капитала и могут обойтись без крупных инвестиций.

Изучение проблем таджикских женщин, занимающихся агробизнесом, позволяет сделать следующие выводы: женщины по большей части испытывают трудности в приобретении собственности, часто сталкиваются с социокультурными стереотипами, согласно которым «бизнес – не женское дело», им не хватает финансовой поддержки, специального образования.

Сокращение гендерной диспропорции в отечественном агробизнесе требует дальнейшего совершенствования, которое целесообразно проводить по следующим направлениям:

- необходимо на законодательном уровне закрепить понятие «женский бизнес»;
- проводить популяризацию и тиражирование успешных бизнес-проектов женщин-предпринимателей, занятых в аграрном секторе;
- выработать дополнительные подходы по поддержке женского агробизнеса;
- подготовить методические рекомендации по определению критериев к проектам женского агробизнеса;
- создать соответствующие социальные инфраструктуры в регионах для развития женского агробизнеса;
- разработать и реализовать специальные образовательные программы с психологическими тренингами для преодоления комплекса негативных социальных стереотипов;
- на постоянной основе осуществлять мониторинг существующих условий развития женского агробизнеса;
- подготовить квалифицированных медиа-тренеров по агробизнесу;

- разработать модели взаимодействия со СМИ по информационному сопровождению тенденций развития женского агробизнеса.

Вторая глава диссертации «Роль СМИ Таджикистана в освещении вопросов участия женщин в агробизнесе», состоящая из двух разделов, посвящена углубленному анализу медиа-ландшафта Таджикистана и его влиянию на формирование общественного мнения относительно гендерных аспектов в сельскохозяйственном секторе. Также исследуется репрезентация женщин в агробизнесе, стереотипы и предвзятости в их отношении на поприще предпринимательской деятельности.

В первом разделе **«Особенности медийного сопровождения различными СМИ вопросов агробизнеса с участием женщин»** рассматривается специфика освещения вопросов агробизнеса в контексте женского предпринимательства и гендерной проблематики печатным СМИ Таджикистана.

Информационное сопровождение агробизнеса с участием женщин определяется наличием проблемы доступа к достоверной и релевантной информации. Автор склонен рассматривать понятие медийное сопровождение вопросов агробизнеса с участием женщин как особой активности, усилий и действий, предпринимаемых масс-медиа при поиске и переработке информации, ее восприятии и использовании для решения поставленных задач. И надо сказать, что прилагаемые усилия со стороны участников процесса приводят, как правило, к последующему снижению их активности при встрече с барьерами в удовлетворении информационных потребностей.

Для исследования особенностей информационного сопровождения вопросов агробизнеса с участием женщин Таджикистана как весомой части коллективных пользователей информации применяется аспектная фрагментация информационных потоков, суть которой, как отмечает В.Б. Барахнин, «заключается в постановке нескольких вопросов, которые позволяют определить принципы организации процесса удовлетворения информационной потребности»⁸:

- где? (в какой отрасли сельского хозяйства реализуется предпринимательская деятельность женщин Таджикистана?);
- кто? (персонализация личности, добившейся успехов в сфере агробизнеса);

⁸ Барахнин В.Б. Исследование информационных потребностей научного сообщества для построения информационной модели описания его деятельности // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Информационные технологии. – 2008. – № 3. – С. 50.

- зачем? (с какой целью женщина решает заняться предпринимательской деятельностью в аграрной сфере?);
- какая? (какая информация об успехах женщин в сфере агробизнеса может стимулировать интерес у начинающих предпринимательниц?);
- как? (в каких условиях и как развивалась коммерческая деятельность конкретной женщины-предпринимателя?).

Отечественные СМИ, освещающие участие женщин в аграрном секторе, не ограничиваются простым описанием текущего положения дел и различных аспектов их деятельности. Они также предлагают оценочные суждения, основанные на принципах гуманизма и общечеловеческих ценностей. Данный подход является необходимым условием для рационализации и оптимизации экономической системы с целью обеспечения всестороннего и свободного развития индивидуума. Акцент на эмпирическом характере журналистских работ подчеркивает неразрывную связь между стремлением женщин к самореализации и реальной общественной практикой.

Выявление стереотипных представлений о женщинах в журналистском дискурсе свидетельствует о наличии социальных проблем в обществе, повышении социальной напряженности и других негативных явлениях. В связи с этим, возникает необходимость в разработке политических и практических мер, направленных на преодоление и предотвращение подобных явлений. Особую значимость в данном контексте приобретают социально-экономическое прогнозирование, предвидение и обсуждение возможных сценариев развития ситуации.

Однако, как отмечает А. С. Миронов, «часто журналисты, принимая на себя роль производителей общественного мнения, подменяют общественные дискуссии в СМИ или навязыванием собственного мнения, выражающего ангажированную точку зрения, или распространением конформных средне обывательских взглядов, имеющих мало общего с реальными дискуссиями»⁹.

Второй раздел главы **«Социальный портрет женского предпринимательства в агросфере сквозь призму СМИ»** посвящён анализу репрезентации гендерных стереотипов и их влияния на восприятие женского предпринимательства в аграрном секторе. Отмечается, что в современном таджикском обществе трансформация социальных отношений привела к тому, что ощутимо модифицируется роль женщин в обществе, видоизменяются и расширяются социальные

⁹ Миронов А.С. Приемы мягкой пропаганды в качественной прессе. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 30.

функции, которые выполняет современная женщина. Современная таджичка, кроме традиционных сфер деятельности, активно проявляет себя в предпринимательстве.

В разделе также детально анализируется понятие «социальный портрет» под которым автор склонен понимать дескрипцию социальной группы, класса или индивида. Формирование социального портрета подразумевает фиксацию внешних характеристик и внутреннего мира субъектов, а также может приводить к формированию стереотипизированных представлений об эпохе, обществе или этносе. Применительно к женскому агробизнесу, социальный портрет позволяет выявить общие черты и специфические особенности, свойственные этой группе, а также проследить динамику их изменений под воздействием социокультурных факторов и медийного дискурса.

Анализ журналистских публикаций, формирующих представление о женщинах-предпринимателях, позволяет заключить, что доминирующим и консолидирующим типажом в таджикских медиа является образ преуспевающей бизнес-леди. Этот «общедоминирующий» тип служит своего рода эталоном, к которому тяготеют медийные репрезентации женского предпринимательства.

В таком образе можно найти воплощение следующих типичных черт социального портрета женщины, занимающейся агробизнесом:

- владение или распоряжение капиталом;
- предприимчивость;
- инициативность;
- ответственность;
- способность и готовность к риску;
- нацеленность на инновацию;
- предпринимательский дух;
- свобода предпринимательства;
- неудержимое стремление к прибыли.

В третьей главе диссертации **«Структурно - жанровые особенности материалов СМИ об участии женщин в агробизнесе Таджикистана»**, также состоящей из двух разделов, рассматриваются специфика жанрового разнообразия и структурные компоненты публикаций, посвященных роли женщин в аграрном секторе страны. Анализ проводится на основе эмпирического материала, включающего заметки, статьи, репортажи, интервью и аналитические обзоры, опубликованные в центральных и региональных печатных изданиях, а также новостных интернет-порталах Таджикистана за период 2015-2021 гг.

Первый раздел «Структурные особенности медиаконтента на тему участия женщин в агробизнесе» посвящен выявлению наиболее распространенных моделей построения медиатекстов, освещающих деятельность женщин в аграрной сфере. Анализ структуры публикаций позволяет определить доминирующие типы повествования, характерные для таджикских СМИ. В частности, исследуются такие элементы структуры, как заголовок, лид, основная часть (развитие темы, аргументация, детализация), заключение и наличие визуальных компонентов (фотографии, инфографика). Особое внимание уделяется использованию цитат экспертов и самих героинь публикаций, а также наличию статистических данных, подтверждающих значимость вклада женщин в агробизнес Таджикистана.

Исследование выявило, что в журналистских работах, посвященных участию женщин в аграрном секторе, применяются две формы авторского изложения: **монотекст и политекст**.

Монотекст, представляющий собой высказывание одного автора (журналиста или лица, выступающего в его роли), с использованием четких и детализированных данных (цифр, имен), формирует картину, которая, выражая точку зрения автора, стремится к достоверному и точному отображению конкретного события или явления.

В качестве примера приводится материал газеты «Азия-Плюс» под названием «Как подводили итоги проекта USAID по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане – АСАТ». В данной публикации автор обозначает основные результаты проекта, приводя количественные данные и конкретные показатели его реализации. В частности, в материале подчеркивается:

«В Душанбе состоялась торжественная церемония закрытия проекта USAID по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане (АСАТ).

За эти пять лет USAID вложил около 18,6 миллионов долларов США в таджикский агробизнес в районах юго-западного Хатлона.

Грантовые инвестиции USAID в финансовые учреждения помогли молодым людям получить кредиты на сумму более 277 000 долларов США. При этом 68% кредитов были предоставлены заемщикам-женщинам.

Благодаря грантам USAID АСАТ было выдано более 16 млн сомони (1,5 млн долларов США) в виде кредитов для 755 сельскохозяйственных МСП, 61% из которых принадлежат женщинам и 23% - молодежи (до 30 лет). При этом доступ к финансированию – не единственное, в чем оказывалась помощь. Предпринимателей учили, как производить

качественную продукцию, как вести бизнес, разрабатывали маркетинговые стратегии, бренд, дизайн продукции»¹⁰.

Полилог представляет собой расширенную версию диалога, в которой участвует более двух собеседников. Полилоги могут проявляться в различных формах: от реплик, объединенных общим контекстом, до высказываний разных людей, собранных автором по определенной теме. В оптимальном варианте, подобная структура демонстрирует многообразие перспектив на рассматриваемый вопрос.

В качестве иллюстрации можно привести материал под заголовком «15 бесстрашных первопроходцев. Как в Таджикистане поддерживают женщин-предпринимателей». Эта форма полилога состоит из трех ключевых компонентов: заголовка и вводного абзаца, которые соответствуют тематике раздела («Экономика»), набора цитат от участников обсуждаемого события и пояснений автора, дополняющих картину. В материале звучат высказывания следующих участников: *«Мы считаем наличие конкуренции основным ключом для развития торговли в этой отрасли. На данный момент мы сфокусировались на двенадцати районах Хатлонской области. Наша цель заключается в том, чтобы не только помочь вырастить продукцию, но и найти покупателей, в том числе для экспорта за рубеж. У нас целый комплекс мероприятий в этом направлении»* (Джим Джеймс Пэрис, замдиректора миссии USAID в Таджикистане); *«Полезное участие женщин в экономической жизни является неотъемлемой частью достижения большей безопасности и экономической стабильности в Таджикистане. Когда женщины наделены экономическими правами, они, как правило, вкладывают средства в свои семьи и сообщества, стимулируя экономический рост и создавая более стабильные и процветающие сообщества»* (заместитель главы миссии США Бриджит Уокер); *«Мой бизнес – это производство овощей, фруктов и бахчевых культур. В прошлые годы у меня были торговые отношения с предпринимателями в Афганистане. На данный момент мой бизнес приостановлен из-за политической ситуации, но я надеюсь возобновить его в ближайшее время. Очень рассчитываю на то, что смогу продвигать в Афганистане не только свое производство, но и товары наших таджикских женщин»* (Зиёда Ашурова, одна из участниц проекта).

¹⁰ Как подводили итоги проекта USAID по конкурентоспособности агробизнеса в

Таджикистане – АСАТ // Азия-плюс. – 2023. – № 23, 4 июня.

В авторском комментарии содержится вывод: *«На сегодняшний день АСАТ помог предоставить более 1,5 миллиона долларов частного капитала для агропредприятий в молочной и плодоовощной отраслях, а также оказал помощь примерно 18 000 предпринимателям, 40 процентов из которых составляют женщины»*¹¹.

Таким образом, структурная специфика новостного медиаконтента на тему участия таджикских женщин в агробизнесе определяется прежде всего во внешних условиях его существования:

- специфический вид и своеобразие информации – без четкой конкретизации ее содержания – при условии, что отправитель считает ее значимой, важной или даже незаменимой для широкой общественности как основного потребителя;
- стандартность, сиюминутность, быстротечность и конкретность информации;
- **монокодовость текста** – строгая иерархическая структура текста, обусловленная жанрово-стилистической природой медиаконтента;
- многофункциональность СМИ, которые осуществляют воздействие на аудиторию через информирование и убеждение;
- коллективное производство текстов (автор текста, работающий в тесном контакте с пресс-службой);
- массовая аудитория, вступающая в новостное поле;
- особый характер обратной связи – ограниченный, минимизированный или вовсе отсутствующий.

Таким образом, медиатекст выступает сложным многоуровневым знаком, демонстрирующим, по словам М. Ю. Казака, «принципиальную открытость текста на содержательном-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях»¹².

Второй раздел **«Участие женщин в агробизнесе сквозь призму современных журналистских жанров»** посвящён анализу жанровых

¹¹ 15 бесстрашных первопроходцев. Как в Таджикистане поддерживают женщин-предпринимателей [Электронный ресурс] // Азия-плюс. – Режим доступа: <https://asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/society/20221031/15-besstrashnih-pervoprohodtsev-kak-v-tadzhikistane-podderzhivayut-zhentshin-predprinimatelei> (дата обращения: 31.10.2022).

¹² Казак М.Ю. Медиатекст как открытый тип текста // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: докл. Междунар. науч. конф. – М.: Ф-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. – С. 87.

форм, посредством которых репрезентируется роль женщин в аграрном секторе экономики. Рассматриваются такие жанры, как заметка, пресс-релиз, интервью, портретный очерк, и их трансформация под влиянием цифровой среды. Отмечается, что тенденция развития женского агробизнеса во многом зависит от того, где, когда и как поступила та или иная информация, с помощью каких средств она оказала воздействие на аудиторию. Особое внимание уделяется специфике подачи информации, акцентированию проблематики гендерного равенства и освещению успешных практик женского предпринимательства в сельском хозяйстве.

Так, рассматривается пример **заметки** под названием «НАДЖТ объявила конкурс «Фарах-2012» из газеты «Азия-плюс»¹³, и для автора становится очевидным, что одной из целей данного материала является не только сообщение события, но и стимулирование социально-экономической активности таджикских женщин, формирование в общественном сознании положительного имиджа женского агробизнеса, а также диверсификацию занятости и источников доходов в сельской местности.

В качестве примера **пресс-релиза** рассматривается материал «USAID подвел итоги пятилетнего проекта по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане (АСАТ)»¹⁴. Проводится лингвистический и стилистический анализ текста, а также выявляется его структурно-композиционная организация.

Анализируя особенности жанра **интервью**, приводится пример соответствующей публикации – «Доля женщин в сфере бизнеса растет»¹⁵.

Завершает раздел анализ материала «Мать, фермер, благотворитель, посол мира»¹⁶, который определен автором как «классический» портретный очерк, поскольку в целом он соответствует требованиям «спрессованного рассказа» о чьей-либо жизни (по Д.В. Туманову). То есть его основа – это повествование о конкретной личности с озвучиванием его мнений и жизненной позиции.

¹³ НАДЖТ объявила конкурс «Фарах-2012» // Азия-плюс. – 2012. – №12, 10 марта.

¹⁴ USAID подвел итоги пятилетнего проекта по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане (АСАТ) // Азия-Плюс. – 2023. – №22, 30 мая.

¹⁵ Ризвоншоева А. Доля женщин в сфере бизнеса растет // Народная газета. – 2022. – №9, 24 февр.

¹⁶ Расулзаде Т. Мать, фермер, благотворитель, посол мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vecherka.tj/archives/39264> (дата обращения: 20.10.2023).

Анализ жанровой палитры материалов на тему участия таджикских женщин в агробизнесе позволил сделать следующие выводы: в основном доминирует группа информационных жанров, например, заметка и пресс-релиз. Практически полностью отсутствуют публикации, в которых бы указанная тема рассматривалась через призму аналитики. Некоторые материалы содержат в себе элементы портретного очерка. Однако из всего массива проанализированных публикаций нами выделена только одна, содержащая признаки данного жанра.

Заключение. Анализ освещения темы женского агробизнеса в СМИ Таджикистана позволил выявить ряд тенденций и особенностей.

Во-первых, наблюдается недостаточная систематичность и глубина освещения данной проблематики. Материалы, как правило, носят эпизодический характер и фокусируются на отдельных успехах или проблемах, не предлагая комплексного анализа структурных факторов, влияющих на развитие женского предпринимательства в аграрном секторе.

Во-вторых, преобладает позитивный, часто идеализированный образ женщин-аграриев, что, несомненно, способствует популяризации женского предпринимательства, но в то же время затушевывает реальные трудности, с которыми сталкиваются женщины в этой сфере. К ним относятся ограниченный доступ к земле, кредитным ресурсам, технологиям и образованию.

В-третьих, отмечается недостаточное внимание к вопросам гендерного равенства в аграрном секторе. СМИ редко поднимают темы дискриминации, неравной оплаты труда, доступа к ресурсам и принятия решений. Отсутствие критического анализа этих аспектов препятствует формированию общественного мнения, направленного на устранение гендерных барьеров.

В-четвертых, контент часто ограничивается перечислением достижений отдельных женщин-предпринимателей, без анализа системных проблем и факторов успеха, что снижает практическую ценность для других женщин, стремящихся начать или расширить свой бизнес в аграрной сфере.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о необходимости усиления внимания СМИ Таджикистана к теме женского агробизнеса, повышения качества и глубины освещения проблематики, акцентирования внимания на системных проблемах и гендерных аспектах, а также предоставления практической информации и экспертных оценок.

Список использованной литературы:

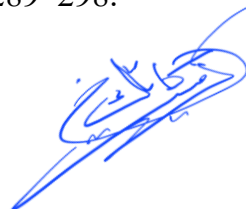
1. Дзялошинский, И.М. Журналистика соучастия / И.М. Дзялошинский. – М.:Престиж, 2006. – 102 с.
2. Мирзоева, В.М. История развития женского движения в Таджикистане за годы независимости: дис ... канд. ист. наук: 07.00.02 / Мирзоева Вилоят Маджидовна – Душанбе, 2004. – 158 с.
3. Амиршоева, Г. Гулбахор Махкамова: «Женское предпринимательство, как явление и феномен, в РТ привлекает и вызывает интерес...» [Электронный ресурс] / Г. Амиршоева. – Режим доступа: https://www.toptj.com/News/2012/05/16/gulbakhor_makhkamova_zhenskoe_predprinimatelstvo_kak_yavlenie_i_fenomen_v_rt_privlekaet_i_vyzivaet_interes (дата обращения: 27.10.2023).
4. Женщины в СССР: Стат. материалы / Гос. ком. СССР по статистике; Информ.-изд. центр. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 62 с.
5. Mukhamedova, N. Wegerich K. Land Reforms and Feminization of Agricultural Labor in Sughd Province, Tajikistan [текст] / N. Mukhamedova // International Water Management Institute, Research Report. – London: Note. 2019. – P.127-133.
6. Барахнин, В.Б. Исследование информационных потребностей научного сообщества для построения информационной модели описания его деятельности / В.Б. Барахнин // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Информационные технологии. – 2008. – № 3. – С.48-59.
7. Миронов, А.С. Приемы мягкой пропаганды в качественной прессе / А. С. Миронов. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 257 с.
8. Как подвели итоги проекта USAID по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане – АСАТ // Азия-плюс. – 2023. – № 23, 4 июня.
9. 15 бесстрашных первопроходцев. Как в Таджикистане поддерживают женщин-предпринимателей [Электронный ресурс] // Азия-плюс. – Режим доступа: <https://asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/society/20221031/15-besstrashnih-pervoprohodtsev-kak-v-tadzhikistane-podderzhivayut-zhentshin-predprinimatelei> (дата обращения: 31.10.2022).
10. Казак, М.Ю. Медиатекст как открытый тип текста / М.Ю. Казак // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: докл. Междунар. науч. конф. – М.: Ф-т журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010. – С. 87–93.

11. НАДЖТ объявила конкурс «Фарах-2012» // Азия-плюс. – 2012. – №12, 10 марта.
12. USAID подвел итоги пятилетнего проекта по конкурентоспособности агробизнеса в Таджикистане (АСАТ) // Азия-Плюс. – 2023. – №22, 30 мая.
13. Ризвоншоева, А. Доля женщин в сфере бизнеса растет / А. Ризвоншоева // Народная газета. – 2022. – №9, 24 февр.
14. Расулзаде Т. Мать, фермер, благотворитель, посол мира [Электронный ресурс] / Т. Расулзаде. – Режим доступа: <https://vecherka.tj/archives/39264> (дата обращения: 20.10.2023).

Основные положения работы отражены в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в журналах, включенных в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ:

1. Комилова, Х.М. Векторность и мотивированность женского предпринимательства в Республике Таджикистан // Вестник Университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). - Душанбе: Изд-во РТСУ, 2022. – С. 245-255.
2. Комилова, Х.М. Медийное сопровождение социальной активности таджикских женщин в исторической ретроспективе // Вестник Педагогического Университета (Таджикский государственный педагогический университет им. Садриддина Айни). – Душанбе: Изд-во ТГПУ им. С. Айни, 2023. – С. 200-205.
3. Муллоев, Ш.Б., Комилова, Х.М. Репрезентация образа женщин в агробизнесе сквозь призму современного портретного очерка // Вестник Университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). - Душанбе: Изд-во РТСУ, 2023. – С. 137–148.
4. Комилова, Х.М. Особенности заголовочного комплекса медийных материалов на тему участия женщин Таджикистана в агробизнесе // Вестник Университета (Российско-Таджикский (Славянский) университет). - Душанбе: Изд-во РТСУ, 2024. – С. 289–298.



© Издательство РТСУ

Сдано в набор 12.12.2025. Подписано в печать 13.12.2025.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура литературная.

Формат 60×84 ¹/₁₆. Услов. печ. л. 1,5.

Тираж 100 экз. Заказ № 60.

Отпечатано в типографии РТСУ,
734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе,
ул. Мирзо Турсун-заде, 30