
Disseminating Jadidism through media in the early twentieth century. Print culture and the emergence of a public sphere in Turkestan

Dalieva Madina Khabibullaevna

m.daliyeva@uzswlu.uz

DSc, Associate professor,
Uzbekistan State World Languages University

Ahmed Abdulaziz Basioni⁴

a.abdulaziz@kiut.uz

Kimyo International University in Tashkent
INTI International University, Malaysia

Annotation *This article examines how Jadid ideas were disseminated through media in the early twentieth century under colonial administration and censorship constraints. Focusing on print culture, it treats newspapers and magazines not merely as information channels but as tools for public persuasion and norm-building: editorial choices, recurring rubrics, forms of address, and even advertisements are analyzed as parts of a coherent communication strategy. Drawing on key examples from the Turkestan press, the study argues that Jadids used media to promote educational modernization, social responsibility, and a wider horizon via news from the Muslim world, while also creating spaces for legal debate on public issues. The limited reach of the press – subscription numbers, literacy, and administrative hostility – is acknowledged, yet its longer-term impact is emphasized: the gradual formation of a public sphere where “knowledge” functioned as a resource of collective mobilization and cultural authority.*

Keywords *Jadidism, Turkestan press, print culture, public sphere, education reform, censorship, modernization, Muslim intellectual networks*

XX asr boshlarida jadidchilik g'oyalarining OAV orqali tarqalishi. Matbuot va jamiyatda ommaviy muloqotning shakllanishi

Dalieva Madina Xabibullaevna

m.daliyeva@uzswlu.uz

Filologiya fanlari doktori (DSc), dosent,
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Ahmed Abdulaziz Basioni

a.abdulaziz@kiut.uz

Kimyo International University in Tashkent
INTI International University, Malayziya

Annotatsiya *Ushbu maqola XX asr boshlarida jadidchilik g'oyalarining ommaviy axborot vositalari orqali tarqalish mexanizmlarini tahlil qiladi. Asosiy e'tibor Turkiston matbuoti va unga bog'liq jamoatchilikka ta'sir etish amaliyotlariga qaratiladi: gazeta-jurnal matnlari, tahririy strategiyalar, mavzu rubrikalari, e'lonlar hamda o'quvchiga murojaat usullari. Tarixiy manbalar asosida jadidlar matbuotni oddiy “xabar uzatish” kanali sifatida emas, balki yangi madaniy me'yorni shakllantirish vositasi sifatida qo'llaganligi ko'rsatiladi: ta'limni isloh qilish, ijtimoiy mas'uliyatni*

⁴ Basioni A.A. — ORCID: 0000-0003-1119-8860

kuchaytirish, musulmon olamidagi voqealar orqali dunyoqarashni kengaytirish va jamoat muammolarini legal muhokama qilish. Qamrovning cheklanganligi (savodxonlik, obuna, senzura) qayd etiladi, biroq uzoq muddatli ta'sir – jamoatchilik muloqoti maydonining vujudga kelishi – alohida ta'kidlanadi.

Kalit so'zlar *Jadidchilik, Turkiston matbuoti, jamoatchilik maydoni, ma'rifat, senzura, modernizatsiya, gazeta va jurnal*

Распространение идей джадидизма через СМИ в начале XX века. Печать, публицистика и формирование публичной сферы в Туркестане

Далиева Мадина Хабибуллаевна

m.daliyeva@uzswlu.uz

*Доктор филологических наук (DSc), доцент,
Узбекский государственный университет
мировых языков*

Ахмед Абдулазиз Басиони

a.abdulaziz@kiut.uz

*Международный университет Кимью в
Ташкенте
INTI International University, Малайзия*

Аннотация *Статья анализирует, как идеи джадидизма распространялись через медиа в начале XX века в условиях колониальной администрации и цензурных ограничений. В центре внимания – печать и связанные с ней практики публичного убеждения: газетно-журнальные тексты, редакторские стратегии, тематические рубрики, объявления и формы обращения к читателю. На материале ранней туркестанской прессы и связанных источников показано, что джадиды использовали медиа не как «канал информирования», а как инструмент формирования новой культурной нормы: модернизации образования, переосмысления социальной дисциплины, расширения горизонта за счет новостей из мусульманского мира и легального обсуждения общественных проблем. Обсуждается ограниченность охвата (подписка, грамотность, давление властей), однако подчеркивается долговременный эффект: создание публичной сферы, где «знание» выступало ресурсом социальной мобилизации и символическим капиталом. В заключение предлагается модель медийного распространения джадидских идей как связки печати, образовательных проектов и трансрегиональных интеллектуальных контактов.*

Ключевые слова *Джадидизм, туркестанская пресса, публичная сфера, просвещение, газеты и журналы, цензура, модернизация, национальное пробуждение*

Введение

В историографии джадидизм обычно описывается как движение реформаторской

интеллигенции, которое связывало «спасение общества» с переустройством знания: новым типом школы, новой

публичной речью, новой культурной дисциплиной. При этом медиа – прежде всего печать – выступали не вторичным отражением процесса, а его технологическим основанием. В условиях ограниченных политических свобод в Туркестане начала XX века газета или журнал становились одновременно школой читателя, площадкой морального наставления и лабораторией социального воображения. Эта логика ясно фиксируется в энциклопедическом обзоре: джадиды «писали учебники, основывали газеты и заполняли их колонны призывами учиться и реформировать, создавали поэзию и пьесы, экспериментировали с новыми формами прозы и основывали издательства и книжные магазины» – то есть строили целостную инфраструктуру распространения идей.

Цель данной статьи – показать, как именно идеи джадидизма «становились массовыми» через медиа-практики начала XX века: (а) какие типы сообщений создавались, (б) какие каналы и организационные формы использовались, (в) как работали ограничения (цензура, экономика, грамотность), и (г) почему даже при узком охвате ранней прессы эффект оказался долговременным. В качестве центрального кейса рассматривается печать Туркестана 1906–1917 годов, поскольку именно в этот период заметно ускоряется возникновение национальной периодики и публицистических проектов.

Для анализа распространения идей через СМИ полезно рассматривать джадидизм не только как «идеологию реформ», но и как проект публичной коммуникации. В этом проекте ключевым является переход от локальных устных форм убеждения (медресе, махалля, религиозная проповедь) к смешанной модели, где печатный текст дополняет образование и создает устойчивую повестку. Энциклопедический обзор подчеркивает, что джадиды были «неутомимыми

распространителями знания» и мыслили свою миссию шире школы: газета, учебник, пьеса и издательский бизнес связывались в одну дидактическую систему.

С этой точки зрения медиа выполняли по меньшей мере четыре функции:

1. *Нормативная*: формирование «правильного» языка общественного обсуждения (лексика прогресса, ответственности, дисциплины, полезности знания).
2. *Информационная*: включение Туркестана в более широкий горизонт – мусульманский мир, трансрегиональные новости, интеллектуальные связи.
3. *Мобилизационная*: перевод индивидуальной тревоги о «отсталости» в коллективную программу действий (поддержка школ, чтения, подписки, благотворительности).
4. *Легитимирующая*: демонстрация того, что реформаторская позиция совместима с религиозной идентичностью и может существовать в легальном поле – пока допускается цензурой.

Именно поэтому в описании движения подчеркивается роль прессы наряду с образованием и транснациональными контактами: джадиды «через образование, грамотность, использование прессы и поддержание тесных связей с исламскими интеллектуалами от Османской империи до Индии» выстраивали новое пространство культуры.

Источники и методология

Работа носит историко-дискурсивный характер и опирается на три группы материалов:

1. Энциклопедическая и научная литература по джадидизму и его культурным стратегиям (обобщающие рамки и контекст).
2. Публикации о ранней туркестанской периодике и конкретных изданиях

(газеты и журналы, их редакторы, сроки существования, заявленные цели).

3. Материалы о тематике и практиках печати (например, наблюдения о рекламных блоках, двуязычии/многоязычии, рубрикации, обращении к читателю).

Метод включает: (а) реконструкцию медийной инфраструктуры (кто, где, когда, каким форматом выпускал), (б) выделение ключевых тематических кластеров (образование, «польза знания», общественная мораль, новости исламского мира, критика социальных пороков), (в) анализ жанров (передовые статьи, заметки, полемика, письма читателей, объявления), и (г) оценку ограничений охвата.

Медийная инфраструктура Туркестана начала XX века

Период 1905–1906 годов в Российской империи создал краткосрочное «окно возможностей» для легальной активности, в том числе медийной. В региональном материале прямо отмечается, что революционные события 1905–1906 годов «повлияли и на Туркестан», прогрессивные силы активизировались, и это проявилось не только в школах, но и «в живой издательско-газетной деятельности», то есть в появлении ряда изданий.

Характерная черта ранней туркестанской печати – неустойчивость. Издания появлялись быстро, но нередко так же быстро закрывались. Например, в популярном справочном материале о первой джадидской газете отмечается, что «Тагаққіу» начала выходить в 1906 году в Ташкенте и была закрыта властями после ограниченного числа выпусков. Это совпадает с более общим выводом энциклопедического обзора: влияние джадидской прессы было «несомненно ограничено» из-за малого числа подписчиков и враждебности властей.

Однако важен парадокс: малый тираж и краткая жизнь не означали слабый эффект.

Причина – в сетевом характере распространения: один и тот же круг интеллигенции мог запускать новые проекты, перенося повестку и риторiku из закрытых газет в следующие журналы, в учебники, в театральные постановки и в устные публичные выступления.

В начале XX века джадиды действовали в медиасистеме, где печать тесно переплеталась с образованием и культурным производством. На уровне «носителей» можно выделить:

1. *Газеты* (оперативная повестка, политико-общественные заметки, полемика).
2. *Журналы* (более длинные тексты, «объяснительная» публицистика, культурные и образовательные обзоры).
3. *Книги и учебники* (институционализация норм, «учебный» формат реформ).
4. *Театр и литература* как «медиа присутствия» – способ донести идеи аудитории с низкой грамотностью.

Энциклопедический обзор прямо связывает джадидскую реформу с расширением жанров: «новые темы и жанры» использовались для критики социальных и моральных пороков, а литература становилась средством убеждения более широкой публики. Таким образом, говорить о распространении идей «через СМИ» следует широко: печать была ядром, но не единственным инструментом.

Ключевые издания и их позиционирование

Ниже приведен ориентировочный перечень изданий, которые часто связываются с ранней национальной прессой и джадидской повесткой. Список не претендует на исчерпывающий каталог; задача – показать модель: короткая жизнь многих газет, параллельность проектов и их тематическую направленность.

Издание	Годы	Город	Тип	Характерный вклад в распространение идей
Taraqqiy	1906	Ташкент	Газета	ранняя публичная артикуляция реформ и просвещения, символ «начала»
Xurshid	1906	Ташкент	Газета	продолжение повестки после закрытий ранних проектов
Shuhrat	1907–1908	Ташкент	Газета	развитие публицистики и общественной дискуссии
Oyina	1913–1915	Самарканд	Журнал	устойчивый «объяснительный» формат, культурно-образовательная повестка
Sadoi Turkiston	1914–1917	Туркестан (региональная сеть)	Газета	заметное влияние среди интеллигенции, широкий тематический диапазон
Sadoi Farg'ona	1914–1915	Коканд/Фергана	Газета	региональная повестка и модернизационные сюжеты

Таблица 1. Ключевые издания ранней туркестанской прессы и джадидской повестки

Особое место занимает «Sadoi Turkiston» (1914–1917), которую энциклопедический обзор называет «высоко влиятельной среди интеллектуалов» и отмечает широкий спектр тем (включая религиозные вопросы и события в мусульманских странах).

Как работало распространение

Чтобы понять, почему пресса стала механизмом распространения джадидизма, нужно увидеть в газетном тексте не только информацию, но и **структуру воздействия**. Можно выделить несколько повторяющихся «технологий убеждения».

Джадидская публицистика строилась на предпосылке: общество можно улучшить, если изменить режим знания – чему учат, как учат, что считается полезным. В обзоре движения это описывается предельно ясно: вера в знание как главный инструмент решения проблем и постоянное «раздавание знания» через школы, учебники и газеты.

В газетном формате это выражалось в:

- повторяемых тезисах о грамотности, дисциплине и «пользе» учения;

- критике бесплодных споров и практик, не ведущих к социальному улучшению;
- предложении конкретных шагов: поддержка школ, подписка на издания, чтения.

Важный элемент – включение читателя в трансрегиональные контексты. Энциклопедический обзор указывает на вдохновение джадидов политическими движениями в исламском мире (Индия, Персия 1905–1911, а также движение младотурков в Ottoman Empire) и на импорт газет/книг из разных центров. В логике печати это давало два эффекта:

1. реформы переставали выглядеть «капризом локальной группы» и связывались с мировой динамикой;
2. появлялся язык сравнения: «у них – так», «у нас – иначе», «почему мы отстаем».

Полемика как форма публичной сферы

Даже при цензуре полемический жанр создавал пространство «обоснованного несогласия». Газета дисциплинировала спор: требовала аргументов, ссылок на факты, риторической ответственности. Это и есть

зарождение публичной сферы в минимальном виде – не «свобода слова» в полном смысле, а легально существующая форма обсуждения общих проблем.

СМИ распространяют идеи не только через передовицы, но и через экономику выпуска. В материале про «Oyina» отмечается, что журнал включал рекламные и объявительные элементы, в том числе на русском языке. Это важно: реклама и подписка – не «побочный шум», а инфраструктура устойчивости проекта. Когда джадидская пресса обсуждала школы и книги, она одновременно «строила рынок» чтения – формировала практику регулярного обращения к тексту.

«Taraqiy» часто описывают как первый заметный джадидский печатный проект в Туркестане. В справочном материале указывается, что газета начала выходить в 1906 году в Ташкенте под редакцией Исмаила Обидова/Обидий, имела подписную модель и выпускалась в формате четырех полос с объявлениями, но была закрыта властями после ограниченного числа выпусков.

Даже если точные детали тиража и сетей распространения требуют архивной проверки, здесь важна функция «первого шага»: газета демонстрирует, что общественные темы можно обсуждать печатно и системно. Публичная речь «о прогрессе» перестает быть единичным выступлением и превращается в серийное производство смыслов.

Механизм распространения в этом кейсе можно описать так:

- *сигнал* (возможность новой публичности),
- *прецедент* (газета как легальный формат),
- *перенос* (после закрытия – запуск новых проектов и миграция авторов/тем).

Эта логика согласуется с более общим наблюдением: влияние газет могло быть ограниченным, но они были «незаменимы»

для отслеживания эволюции идей до 1917 года.

Журнальный формат особенно важен для распространения идей, потому что он позволяет удерживать более длинный аргумент и сочетать культурные, образовательные и общественные темы. В статье Н. Egatqulova фиксируется, что «Oyina» связана с деятельностью Махмудходжи Бехбуди и выходила в 1913–1915 годах, а также указывается дата основания (автор называет 20 августа 1913 года) и наличие многоязычных элементов (узбекский/таджикский контент и русскоязычные объявления).

Для распространения джадидских идей это дает несколько преимуществ:

1. *Длительная аргументация.* Журнал может объяснять, почему нужна реформа, а не только сообщать о событиях.
2. *Культурная легитимация.* Через литературные и культурные рубрики идея модернизации встраивается в «нормальную» жизнь читателя.
3. *Многоязычие как инструмент.* Русскоязычные объявления и двуязычие расширяют адресата и показывают, что модернизация – это и навигация в колониальном административном мире.

«Oyina» можно трактовать как медиа, которое не просто распространяет идеи, а учит читателя: как читать новости, как различать аргументы, как обсуждать «общественное» без ухода в сугубо частное.

Если ранние проекты демонстрируют запуск и эксперимент, то «Sadoi Turkiston» показывает выход к более устойчивой и влиятельной повестке. Энциклопедический обзор описывает газету как «высоко влиятельную среди интеллектуалов», отмечая, что редакторы объединяли разные фигуры, а тематика включала религиозные вопросы и события мусульманских стран.

Здесь важен сдвиг: джадидская пресса становится не только «про школу», но и про

общество в целом – политика, экономика, культура, религия, международная повестка. Распространение идей происходит через расширение тематического диапазона: читатель привыкает, что модернизация касается не одного сектора (образования), а всей социальной ткани.

Реалистичный анализ обязан учитывать ограничения:

1. *Подписная база и грамотность.* Даже энциклопедический обзор подчеркивает малое число подписчиков как фактор ограниченного влияния.
2. *Враждебность властей и цензура.* Закрытия изданий и давление на редакторов были системными рисками.
3. *Экономика печати.* Нехватка средств, зависимость от рекламы и подписки, логистика распространения.

Однако именно ограничения объясняют, почему джадиды строили комплексную систему, а не надеялись на «одну газету». Когда один канал обрывался, идеи переносились в другие носители – учебники, журналы, театральные постановки, книжные лавки. Энциклопедический обзор описывает это как широкий «дидактический фронт»: газеты, учебники, литература, издательства и книжные магазины.

С учетом материалов можно предложить аналитическую модель распространения джадидизма через СМИ в начале XX века как цепочку из пяти звеньев:

1. Производство текста (редакция + авторы + жанры).
2. Дистрибуция (подписка, продажа, чтение вслух, вторичное цитирование).

3. Перевод в практику (школы нового метода, кружки чтения, благотворительность).

4. Публичная сфера (полемика, критика, «общие вопросы» как легитимная тема).

5. Трансрегиональные связи (новости и идеи из исламского мира как ресурс легитимации и сравнения).

В этой модели печать – не «последний шаг» после появления идеи, а механизм, который делает идею социальной: задает язык, формирует аудиторию, создает ритм и повторяемость.

Заключение

Распространение джадидских идей через СМИ в начале XX века в Туркестане следует понимать как процесс институционального производства публичности. Джадиды использовали печать для того, чтобы:

- создать нормативный язык модернизации,
- расширить горизонт читателя через связи с мусульманским миром,
- легально обсуждать общественные проблемы,
- связать образовательную реформу с культурной и социальной повесткой.

Даже при ограниченном охвате и враждебности властей ранняя пресса сыграла роль «матрицы» дальнейших культурных трансформаций, поскольку закрепила практики публичного обсуждения и идею знания как общественного ресурса. Это согласуется с выводом, что влияние газет было ограниченным, но они остаются незаменимыми для понимания эволюции джадидских идей и их последующей траектории.

References:

1. Alimov, S. Q. (2024, May 23). *Mahmudxo'ja Behbudiy va Turkistonda milliy-davlatchilik qurilishi masalalari.* In *Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami.*



2. Egamqulova, N. (2019). "OYINA" – first Uzbek national magazine. *International Journal on Integrated Education*, 2(5).
3. Hitchens, K. (2008). Jadidism. In *Encyclopaedia Iranica* (Vol. XIV, Fasc. 4, pp. 339–346). (Updated March 30, 2017).
4. Khalid, A. (1998). *The politics of Muslim cultural reform: Jadidism in Central Asia*. University of California Press.
5. TalimTelekanali. (2025, June 27). *The day the first Uzbek newspaper was published*.