

УДК 070+821.512.154
DOI: 10.36979/1694-500X-2024-24-6-115-121

ЧЫНГЫЗ АЙТМАТОВ КАК МЕДИЙНЫЙ ОБРАЗ

Н.Л. Слободянюк

Аннотация. Рассматривается проблема создания, изучения и влияния медиаобраза Чынгыза Айтматова в современном медийном пространстве. Выбор темы обусловлен тенденцией медиатизации различных сфер деятельности в современном обществе, в том числе и литературного процесса. Предпринимается попытка изучения смысловых коннотаций, связанных с образом писателя в современном информационном пространстве. Дается оценка влияния медиаобраза писателя на восприятие его творческого наследия читательской и академической аудиторией. Анализируется значение медиаобраза в различных сферах коммуникации: политической, социальной, культурной. Материалами для исследования послужили тексты публикаций СМИ, визуальный материал, сетевой контент.

Ключевые слова: медиаобраз; Чынгыз Айтматов; культурный концепт; идеологема; литературный процесс; медиапространство.

ЧЫНГЫЗ АЙТМАТОВ МЕДИАИНСАН КАТАРЫ

Н.Л. Слободянюк

Аннотация. Макалада азыркы медиамейкиндикте Чынгыз Айтматовдун медиаобразын түзүү, изилдөө жана ага таасир берүү маселеси каралат. Теманы тандоо азыркы коомдогу ишмердүүлүктүн ар кандай чөйрөлөрүнүн, анын ичинде адабий процесстин ортомчулук тенденциясы менен аныкталат. Азыркы маалымат мейкиндигинде жазуучунун образы менен байланышкан семантикалык коннотацияларды изилдөө аракетин жасалууда. Окуучулардын жана академиялык аудиториянын чыгармачыл мурасын кабыл алууда жазуучунун медиаобразынын таасири бааланат. Коммуникациянын ар кандай чөйрөлөрүндө медиаинсандын мааниси талданат: саясий, социалдык, маданий. Изилдөө үчүн материал болуп медиабасылмалардын тексттери, визуалдык материалдар жана интернет-контент алынды.

Түйүндүү сөздөр: медиаобраз; Чынгыз Айтматов; маданий концепт; идеологема; адабий процесс; медиамейкиндик.

CHYNGYZ AITMATOV AS A MEDIA IMAGE

N.L. Slobodyanyuk

Abstract. The article deals with the problem of creating, studying and influencing the media image of Chyngyz Aitmatov in the modern media space. The choice of the topic is due to the trend of mediatization of various spheres of activity in modern society, including the literary process. An attempt is made to study the semantic connotations associated with the image of the writer in the modern information space. The author evaluates the influence of the writer's media image on the perception of his creative heritage by the reader and academic audience. The significance of the media image in various spheres of communication is analyzed: political, social, cultural. The materials for the study were the texts of media publications, visual material, network content.

Keywords: media image; Chyngyz Aitmatov; cultural concept; ideologue; literary process; media space.

Актуальность медийного образа писателя. Феномен медиапространства в современном мире качественно трансформировал практически все сферы деятельности общества в целом и человека в частности. Изменения затронули

как макроуровень существования социума: политику, геополитику, сферу управления, коммуникационную и информационную сферы, экономику и культуру, так и его микроуровень: сферу психологии, коммуникации, смысловые

и ценностные структуры. Феномен медиаобраза как эффективного средства влияния на аудиторию в настоящее время всё чаще становится объектом научного исследования в области коммуникаций и медиа.

При этом, как отмечает исследователь феномена медиаобраза Д.Э. Горбаль в своей работе «Современные подходы к феномену медиаобраза»: «Медийный образ – материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной пространственно-временной форме медийного повествования, а «имидж» – специально созданный медийный образ (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы» [1]. То есть процесс создания медийного образа схож с процессом создания художественного образа. Возникает мысль, что этот процесс в значительной степени повлиял в том числе и на литературу: её создание, исследование восприятия художественного текста, функционально изменив характер её бытования. Её погружение в медийную среду приводит к появлению свойств и характеристик, ранее не присущих ей или проявлявшихся в качественно иной форме.

В современном литературоведении становится всё более заслуживающей внимания тенденция рассмотрения творческого наследия и творческой личности писателя в контексте создания и функционирования его медиаобраза. Это, очевидно, приводит к изменению динамики и направленности развития самой литературы, изменению характера её влияния на сознание читательской аудитории, испытывает влияние как научное, так и академическое сообщество.

Эта проблема затрагивает литературный и окололитературный процесс в мировом масштабе. Не осталась в стороне и кыргызская литература. На её развитие, изучение и восприятие преимущественно оказывают два медиаконструкта: «Манас» и Чынгыз Айтматов. В данной работе остановимся на медиаобразе Чынгыза Айтматова для определения его влияния на процессы, происходящие в кыргызской национальной литературе, а также того, какое воздействие он оказывает на окололитературные реалии и как он проявляет себя вне литературного контекста.

Прежде всего следует определить, что в этой работе будет пониматься под

«медиаобразом», или «медийным образом». Начнём с того, что в качестве исходного примем следующее определение образа. «Образ – это конструкт сознания, манифестированный индивидом в современной жизни. В этом качестве образ является средством социальной коммуникации, он функционирует в мире социальных норм, чувств и переживаний. Посредством образа можно задать нормы, предъявить своё отношение к ним, выразить свои чувства. Образ формирует социальные ожидания от окружающих, которые могут оправдываться и не оправдываться» [2].

Большинство учёных сходятся во мнении, что современные медиа являются своего рода инстанциями, определяющими вкус и формирующими представления о норме: культурной, этической, нравственной, социальной и т. д. В современном медийном пространстве, как правило, отсутствует прямой запрет. Концепты “подлинного”, “настоящего” и “самого лучшего” продвигаются косвенно посредством определённым путём выстроенного и транслируемого образа, который, собственно, и является медийным. Так, например, этой точки зрения придерживается в своей работе В. Савчук [3].

Медийный образ фактически является элементом знаковой системы современной массовой культуры и вписывается в явление так называемой всеобщей современной мифологизации, идею которой предлагает и детально разбирает Р. Барт в своём труде «Мифологии», где он предлагает видение мифа как «коммуникативной системы» или «некоторого сообщения», которое может являться «словом», «дискурсом», «языком». Под сообщением, в свою очередь, понимается «любая значимая единица или образование, будь то вербальное или же визуальное». Посредством его формируются область ценностей, представления об идеальном, исключительном, о значимом и характерном. Например, конструкты «идеальная семья», «успех», «демократия» и т. п. Это сообщения, транслируемые в медиапространстве и служащие примером мифологизма современной культуры. Их воплощениями становятся медиаобразы [4].

В свою очередь, медиаобразы транслируют в сознание аудитории определённые

идеологемы, являющиеся содержательной стороной медиаобраза. В процессе рецепции аудиторией они оформляются в упрощённые смысловые конструкты, не требующие определённых усилий для их осознания и усвоения целевой аудиторией. Основой для конструирования медиаобраза могут служить как искусственно созданные образы, так и реально существующие явления, события, персоналии. Наиболее эффективно на аудиторию воздействуют медиаобразы, связанные с конкретными людьми, так как известно, что наше сознание плохо воспринимает абстракции, идеи, без связи с некой знаковой персоной, в том числе и писателем. Нередко медиаобразы формируются спонтанно, в силу своей предрасположенности аккумулировать вокруг себя определённые идеи. Хотя зачастую мы имеем дело с управляемым и контролируемым процессом. Причём, чем масштабнее личность, тем активнее происходит процесс трансляции определённых идеологем через её медиаобраз.

Очевидно, что, оказавшись в контексте медиапространства, творчество Ч. Айтматова, его личность быстро трансформировались в медиаобразы, несущие в себе подчас взаимоисключающие идеологемы. Это связано с тем, что в медиапространстве сложные объекты, как правило, упрощаются, отсекаются большинство коннотаций, которые могут быть сложны для восприятия аудиторией. Этот процесс в целом отражает суть мифологизации, как её охарактеризовал Р. Барт. Итак, мы имеем дело со сложным мифологизированным медиаконструктом – медийным образом Чынгыза Айтматова.

Идеологемы как составляющие медийного образа писателя. В качестве материала для исследования взяты материалы, представленные в средствах массовой информации, социальных сетях и прочих интернет-ресурсах, специализированные публикации. Разноуровневость материала позволила выделить различные аспекты функционирования медиаобраза Ч. Айтматова и определить характер его бытования. Отобранный материал позволил провести обобщение и выделить следующие мифологемы, связанные с медийным образом писателя, далее они изложены в порядке убывания по степени популярности и частоты использования в медийном

и сетевом пространствах. Задача данной работы – остановиться на наиболее значимых мифологемах и обозначить существующие, которые будут более подробно проанализированы в ходе дальнейшей работы над этой темой.

Во-первых, рассмотрим некоторые идеологемы, актуализируемые в медиаобразе Чынгыза Айтматова.

1. «Ч. Айтматов – художник человечества». С одной стороны, очевиден позитивный посыл данной идеологемы, и кажется вполне закономерным: большой писатель получил заслуженное признание. Его Родина и соотечественники имеют право гордиться им. И благодаря ему кыргызская литература входит в контекст мирового литературного процесса. Но с другой – такого рода «превосходная степень» влечёт за собой и ряд негативных последствий. С точки зрения изучения творчества имеют место определённая тенденциозность и клишированность, что не даёт возможности раскрыться критическому рассмотрению творчества писателя, что необходимо и для дальнейшего развития кыргызской литературы, и для восприятия творчества самого писателя. Репрезентативность этой идеологемы, использование в коммуникациях, не связанных с литературой, может стать началом демифологизации образа.

2. «Ч. Айтматов – борец с системой, внутренний диссидент». Политические процессы в обществе, как правило, требуют обращения к авторитетам и ярким образным идейным конструкциям. С одной стороны, авторитеты необходимы для повышения значимости для аудитории источника информации, что достигается близостью в информационном поле к значимому объекту. «12 декабря Чингизу Айтматову исполнится 90 лет. Он был моим близким другом. Мой святой долг – рассказать о его непростой в условиях советского тоталитарного строя творческой жизни» [5], – пишет Акбар Турсун (Турсун), доктор философских наук, профессор, академик Академии наук РТ, являлся директором Института востоковедения АН Таджикской ССР (1986–1991). В 1994–2011 гг. жил и работал в США. Персона, популяризирующая либеральные ценности и взгляды, имеющая свою определённую аудиторию, интегрирует авторитетный

образ писателя в свою риторику, усиливая значимость своей идеи и повышая собственный статус.

3. Чынгыз Айтматов – певец советской, социалистической действительности. Эмоциональное и экзотическое восприятие мифологизированного образа позволяет обходить критическое восприятие и игнорировать те или иные смысловые коннотации. Мифологизированный образ в современных условиях развития информационных технологий неизбежно становится медийным, или медиатизированным. В связи с этим в определённой точке своего развития он перестаёт восприниматься рационально, и это расширяет возможности его использования в различных коммуникациях.

Так, мифологизированный образ Ч. Айтматова выходит далеко за пределы функционирования литературы, становясь способом аффективной аргументации. Доказательством того может служить обращение к его образу представителей диаметрально противоположной предыдущей позиции: «Чтобы быть в дружбе с нашим советским читателем, – пишет академик Н.З. Шамота, – надо, кроме всего и превыше всего, иметь талант безошибочно отличать хорошее от плохого, прекрасное от уродливого, и это – в тончайших человеческих чувствах и широчайших сферах человеческого общежития. Иными словами, надо иметь талант партийности». И далее: «Сила искусства Айтматова в том, что он показывает человека нового, советского мира в его становлении, в борьбе за своё утверждение – борьбе сложной, трудной, иногда даже трагичной, но борьбе, цель которой прекрасна, глубоко чело-вечна» [6].

4. Чынгыз Айтматов – пленник соцреализма.

5. Чынгыз Айтматов – человек мира, человек без границ.

6. Чынгыз Айтматов – интернационалист, идеолог единства кыргызского народа и России.

7. Чынгыз Айтматов – идеолог кыргызской национальной идеи: «Чынгыз Айтматов, для того чтобы донести свои философские мысли, использовал не только кыргызские народные сказки, что может послужить примером и заставить

нашего будущего президента задуматься о своём народе» [7].

8. Чынгыз Айтматов – мудрец и этнопедагог.

9. Чынгыз Айтматов – философ и феминист.

«Голос Америки» – визитная карточка новой страны. Роза Отунбаева: «Без Айтматова у нас было бы меньше узнаваемости. Его роль высока в брендинге страны, в узнаваемости», в этом же материале Болот Шамшиев заявил, что «не было у нас вот этого американского подхода. Это 50-е годы, тогда мы все были мордомбаи, знать ничего не знали» [8].

10. Чынгыз Айтматов – великий писатель и голос Кыргызстана.

Медиаобраз Ч. Айтматова как инструмент коммуникации. Как мы увидели, идеи в контексте медиапространства и идеи в контексте литературного процесса представляют собой кардинально различные информационные конструкты. Идея, актуализированная в медиа, – это, как правило, упрощённая, кристаллизованная смысловая конструкция, которая рассчитана на продуцирование однозначной реакции аудитории, лишена каких бы то ни было коннотаций и не нацелена на получение рефлексии со стороны реципиента. В этом смысле она действует как часть мифологической картины мира, усвоенной либо определённой группой, либо определённым социумом. Идея же в литературном процессе существует для создания пространства особой социальной рефлексии, в котором формируются новые, неожиданные смыслы, обеспечивающие движение общества к качественно иным идеям, нежели те, которые доминируют в текущий момент.

Медиаидея, будучи статичной, категоричной и однозначной, утверждает текущий порядок, направляя социальную, интеллектуальную активность аудитории в заданное русло. Содержание медиаобраза, как правило, оказывается противоречивым. В него могут включаться взаимоисключающие идеи, утверждения и понятия. Имя Чынгыза Айтматова постепенно трансформируется из литературной персоналии в мощный культурный конструкт. Медийный образ Ч. Айтматова действует в сознании

аудитории как код, несущий определённый месседж.

Вторым пунктом данного исследования следует рассмотреть варианты функционирования медиаобраза писателя в современной медиасреде как Кыргызстана, так и в мировом медиапространстве.

Использование медиаобраза Ч. Айтматова можно наблюдать в политической коммуникации. Сам процесс медиатизации политического пространства предполагает привлечение дополнительной эмоционализации и образности в процесс взаимодействия с аудиторией. Показательным примером обращения к медийному образу Ч. Айтматова может служить речь В. Матвиенко, спикера делегации Совета Федерации Федерального собрания (парламента) РФ, во время визита в Кыргызстан в рамках мероприятий осенней сессии Межпарламентской ассамблеи СНГ 16–17 ноября 2023 г. В своей речи она активно использовала медийный образ Ч. Айтматова, который стал смысловым ядром её выступления. Обращением к нему в выступлении решалось несколько задач.

1. Подстройка к ценностям аудитории, демонстрация собственной лояльности, присоединение к аудитории и создание ощущения общности.

«Он был горячим патриотом Киргизии и одновременно подлинным и убеждённым интернационалистом. И особенно дорожил дружескими отношениями между Киргизией и Россией. Айтматов, который вырос в семье, где свободно говорили на киргизском и русском языках, подчёркивал, что «для киргиза оба этих языка – как два крыла для птицы», – рассказала Матвиенко [9].

2. Презентация собственных ценностей и намерений, медийный образ позволяет снять негативное отношение к их демонстрации в императивной форме или к сообщению, высказанному от первого лица: «... ещё Айтматов говорил, что «государственный язык определяется не волей политиков, а жизненной необходимостью». Это наказ многим современным политическим деятелям», – заметила российский спикер, добавив, что заветам Айтматова полностью соответствует строительство в Киргизии

девяти новых русских школ, три из которых уже открылись [9].

3. Сообщение своей цели и декларация своих задач.

«Чингиз Айтматов был твёрдо убеждён в том, что сохранение, всемерное развитие связей с Россией соответствует интересам Киргизии. И то же самое он говорил о России, для которой важно сохранять тесные отношения с Киргизией, как и со всеми странами Центральной Азии. Сегодняшняя политика наших двух стран полностью отвечает идеям великого писателя», – резюмировала Валентина Матвиенко [9].

Таким образом, медийный образ писателя в политической коммуникации проявляет себя двояко: с одной стороны, происходит его трансформация, дополнение новыми характеристиками и усиление посредством акцентирования уже имеющихся; а с другой – он действует как инструмент политической коммуникации, с помощью которого становится возможным установление связи с аудиторией, адаптируются определённые идеи, сообщаемые ей под ценности, убеждения и установки кыргызстанской аудитории, что делает более эффективным восприятие этих идей и в определённой степени повышает лояльность к ним.

Использование медийного образа писателя в контексте невербальной коммуникации.

Сформированный медиаобраз значимой личности неизбежно проходит стадию мифологизации. Это означает, во-первых, упрощение; во-вторых, схематизацию; в-третьих, кристаллизацию. Его содержание становится понятным и значимым для определённой аудитории, которое эта самая аудитория однозначно и безоговорочно принимает. Когда содержание чётко определено, оно не нуждается в дополнительной вербализации и соединяется с визуальным символом: в нашем случае – визуальный образ писателя, который в свою очередь актуализирует смысловое наполнение медийного образа. Далее, презентуемая визуальная составляющая становится либо самостоятельным сообщением, либо служит подкреплением иного сообщения, помещённого с этим образом в одно смысловое или информационное поле.

Важное место занимает событийная коммуникация как инструмент создания медиаобраза. Это объёмная тема, заслуживающая отдельного рассмотрения, поэтому в рамках этой статьи имеет смысл только обозначить её.

Следующий путь конструирования медиаобраза – формирование вокруг него особого информационно-эмоционального поля, характеризующегося специфическим нарративом. Это также обширная тема, требующая более углубленного изучения, не укладываемого в материал данной статьи. Более подробно следует упомянуть в этом ряду ещё один способ создания медиаобраза – визуализация. Когда речь идёт о медиаобразе писателя, её вариантом является экранизация литературных художественных произведений.

В наши задачи входит рассмотреть невербальные способы формирования и конструирования медийного образа Ч. Айтматова. В первую очередь следует остановиться на экранизации произведений Чынгыза Айтматова. Так как кинематограф является прежде всего визуальным искусством, где идеи транслируются через образ, обращены к эмоциональной сфере и при этом они трансформируются художественным авторским сознанием создателей фильма, находящим отклик в сознании определённой аудитории, то этот процесс можно рассматривать как некоторые стадии мифологизации – отсечение не востребованных в данный момент аудиторией характеристик; актуализации – вербальный текст, преобразованный в визуальный текст, вписывается в иной ситуационный контекст; добавление значимых характеристик – ответ за сиюминутный запрос общества.

В результате мы получаем говорящий образ-символ, мультиплицируемый в медиапространстве. Он передаёт определённое содержание, не всегда совпадающее с аутентичным художественным текстом и личностью автора. Его становится возможным использовать как самостоятельное сообщение, и как инструмент для общественно-политической и культурной коммуникации разного уровня.

Упомянем только некоторые из зарубежных экранизаций произведений Ч. Айтматова. Эпоху «кинематографического» Айтматова открывают российские режиссёры: в 1965 году Андрей

Кончаловский экранизирует повесть «Первый учитель», а в 1968 году Ирина Поплавская снимает фильм «Джамиля», в котором аутентичный писательский текст вписывается в инокультурный контекст, с одной стороны, и в новые общественно-политические реалии оттепели 60-х – с другой. Межкультурная коммуникация происходит через осмысление и интерпретацию литературного текста, в ходе чего «визитной карточкой» становится не сам текст, а именно образ писателя. Перечислим ещё ряд знаковых с этой точки зрения экранизаций: в 2016 г. в Шри-Ланке выходит экранизация «Первого учителя»; турецкие кинематографисты дважды обращались к тексту Айтматова: по мотивам повести «Тополёк мой в красной косынке» в 1978 году выходит фильм «Красная косынка», а в 2011 году под тем же названием – сериал, в котором писательский сюжет подвергается уже значительному изменению и дополняется новыми деталями.

Показательны экранизации, вышедшие в Казахстане («Прощай, Гульсары», 2008 г.) и Узбекистане («Делбирим», 2018 г.), – в них показательны смещение акцентов и проявление отношений к инокультурному тексту. Также следует отметить фильм французского режиссёра-постановщика Мари де Поншевилль – «Тенгри» (2008 г.) и немецкого режиссёра Моника Тойбер «Джамиля» (1994 г.), в которых находит своё место идеологема, связанная с Оразом Айтматова «Философ и феминист».

Эта тема также широка и нуждается в самостоятельном изучении. Но в контексте данной работы это демонстрирует разные уровни культурного взаимодействия на материале литературного текста, с одной стороны, а с другой – показывает, как обозначенные выше идеологемы, соотнесённые с образом писателя, раскрываются в экранизациях, созданных представителями различных культурных, этнических, социальных и политических сообществ. Одним из исследователей творчества Ч. Айтматова справедливо отмечено: «Некоторые легенды и образы, введённые в литературу писателем, начинали самостоятельную жизнь в мировой культуре» [10]. Эту мысль можно дополнить: самостоятельную жизнь приобретает и образ самого писателя.

«Каждая культура представляет собой самостоятельную ценность и не может рассматриваться как низшая или высшая по отношению к другой культуре. Поэтому правильная постановка задачи заключается не в погоне за якобы передовыми народами, а в самопознании» [11]. Можно смело утверждать, что одной из важных и функциональных единиц этого самопознания и познания «другого» – культуры, народа, общества – является медийный образ. В нашем случае – медийный образ Чынгыза Айтматова.

Выводы. Подводя итоги, можно сказать, что медийный образ Чынгыза Айтматова функционирует как сложный культурно-информационный конструкт, в котором легко обнаруживаются признаки мифологизации. Медийный образ писателя выходит далеко за рамки литературного процесса.

С одной стороны, это схематизирует творческое наследие Ч. Айтматова, подвергая его восприятие значительному упрощению и схематизации.

С другой – его репрезентативные качества определяют в том числе имидж Кыргызстана в целом и восприятие мировым сообществом кыргызской культуры и литературы в частности, определяя их место в мировом культурном и литературном процессе.

Кроме того, значительна роль медиаобраза Ч. Айтматова в процессе культурной самоидентификации кыргызской литературы и культуры.

Таким образом, изучение наследия писателя выходит за рамки влияния медиаобраза на различные культурные, информационно-коммуникационные процессы, актуальные для конструирования идеологической системы Кыргызстана, для интеграции страны в мировое культурное пространство. Он имеет большое значение в процессе формирования современного кыргызского смыслового пространства, одновременно являясь его функциональной единицей. Медийный образ Ч. Айтматова становится частью политического дискурса.

В этой статье рассмотрено текущее состояние медиаобраза Ч. Айтматова, но, безусловно, крайне информативным и перспективным будет изучение его образа в ретроспективном аспекте.

Поступила: 12.03.24; рецензирована: 27.03.24;
принята: 29.03.24.

Литература

1. Горбаль Д.Э. Современные подходы к феномену медиаобраза / Д.Э. Горбаль // Наука и образование сегодня. 2020. № 11 (58). С. 72–75. EDN AЕYDUX.
2. Белоусова Ю.В. Медийный образ как средство коммуникации // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: в 3 ч. Ч. I / Ю.В. Белоусова. Тамбов: Грамота, 2012. № 12 (26). С. 27–31. URL: http://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2012_12-1_04.pdf (дата обращения: 15.11.2023).
3. Савчук В. Коммуникант – эпифеномен коммуникации / В. Савчук. URL: http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk_communicant/ (дата обращения: 15.11.2023).
4. Барт Р. Мифологии / Р. Барт. URL: <http://lib.rus.ec/b/379443/read#t63> (дата обращения: 15.11.2023).
5. Турсун Акбар. Соцреализм, «языковое» дисидентство и Айтматов. К 90-летию классика мировой литературы Чынгыза Айтматова: 12 декабря 2018 г. / Турсун Акбар. URL: <https://www.caa-network.org/archives/14830> (дата обращения: 15.11.2023).
6. Шаблюковский Е. Слово о Чынгизе Айтматове / Е. Шаблюковский // Литературная газета. 1971. 7 июля. URL: <https://coollib.net/b/386472/read> (дата обращения: 15.11.2023).
7. Муратов А.Ж. Чыңгыз Айтматов – жазуучу-этнопедагог / А.Ж. Муратов. Бишкек, 2006. 201-б.
8. Чыңгыз Айтматов – философ и феминист // «Голос Америки». 22 декабря 2018 г. URL: <https://youtu.be/PfvATmO8G8?t=8> (дата обращения: 15.11.2023).
9. Два крыла Чынгыза Айтматова // Парламентская газета. URL: <https://www.pnp.ru/top/dva-kryla-chingiza-aytmatova.html> (дата обращения: 15.11.2023).
10. Чынгиз Айтматов: репрессированный отец, предсказание гадалки и путь в мировую литературу // ТРК «МИР». 30.08.2023. URL: <https://mir24.tv/articles/16563555/chingiz-aitmatov-repressirovannyi-otec-predskazanie-gadalki-i-put-v-mirovuuyu-literaturu> (дата обращения: 15.11.2023).
11. Кузнецов Д.И. Чынгиз Айтматов – писатель евразийского пространства / Д.И. Кузнецов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chingiz-aytmatov-pisatel-evraziyskogo-prostranstva> (дата обращения: 15.11.2023).