



УДК:659.4:316.774(575.1)

Отабек БЕКМУХАМЕДОВ
E-mail: murodzzz@proton.me
ВШСАП Республики Узбекистан

Рецензент профессор И.Исломов

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИЙ В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА

Аннотация

В статье исследуется эволюция медиакommunikаций как процесс трансформации взаимодействия государства и общества. В материале осуществлен ретроспективный анализ с выделением этапов, которые характеризовались поворотными моментами и «рывками» в результате проникновения новых технологий в процессы обмена информацией.

Ключевые слова: Государство, сетевое общество, коммуникация, интернет, информационное взаимодействие.

DAVLAT VA JAMIYAT O'RTASIDAGI O'ZARO ALOQALAR KONTEKSTIDA ZAMONAVIY OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI VA KOMMUNIKATSIYA KANALLARINING RIVOJLANISHI

Аннотация

Maqolada media-kommunikatsiyalarning evolyutsiyasi davlat va jamiyat o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning transformatsiyasi tadqiq etiladi. Ushbu materialda axborot almashinuvi jarayonlariga yangi texnologiyalarning tadbiq etilishi natijasida yuzaga kelgan burilish nuqtalari bilan xarakterlanuvchi bosqichlarni ajratib ko'rsatgan holda retrospektiv tahlil o'tkazildi.

Kalit so'zlar: Davlat, tarmoq jamiyati, kommunikatsiyalar, Internet, axborot o'zaro ta'siri.

DEVELOPMENT OF MODERN MASS MEDIA AND COMMUNICATION CHANNELS IN THE CONTEXT OF STATE-SOCIETY INTERACTION: A RETROSPECTIVE ANALYSIS AND PROSPECTS FOR UZBEKISTAN

Annotation

The article explores the evolution of media communications as a process of transforming the interaction between the state and society. To investigate future development paths for state-society communications, a retrospective analysis was conducted, identifying stages characterized by turning points and breakthroughs resulting from the integration of new technologies into information exchange processes.

Key words: State, network society, communication, Internet, information interaction.

Введение. Взаимодействие между государством и обществом прошел путь от глашатаев, публично озвучивающих указы короля, до «короля в каждом смартфоне». Для современного человека стало обыденностью по несколько раз в день проверять свои ленты социальных сетей и узнавать новости, потреблять видео, фотографии, тексты от своих кумиров, блогеров, а также государственных лидеров, которые все чаще начали «общаться» с электоратом напрямую через свои аккаунты в тех же соцсетях.

Современную ситуацию можно охарактеризовать как утрату монополии властных структур (глашатаев, монарха) на трансляцию смыслов. Более того, сегодня уже можно говорить об информационном «пресыщении» или информационной избыточности, когда среди общественности всерьез поднимается тема т.н. «цифрового детокса», что подразумевает временный сознательный отказ индивида от смартфонов, компьютеров, планшетов и др.

Анализ литературы по теме. Следует упомянуть, что степень «информационности» общества является предметом научных дискуссий. В этой связи невозможно не упомянуть британского социолога, автора труда «Теории информационного общества» – Ф.Уэбстера, который, попытался критически проанализировать своих «коллег по цеху» – сторонников, как он сам утверждал, мнения о появлении принципиально нового общества в результате информатизации. [1]

Себя и ряд других ученых таких как Г.Шиллер, Д.Харви, Э.Гидденс, Ю.Хабермас он относит к группе, которая видит преемственность и не соглашается с идеей о новом обществе, считая, что ее устои остались прежними – глубоко капиталистическими. Как пишет ученый, его

предшественники переоценили влияние информационного революции на труд, систему образования, корпоративные структуры и демократии.

Видно, что Ф.Уэбстер в своем труде 1995 года немного недооценил своих «оппонентов». Вполне объективно, что он в то время не предполагал, что вскормленные миллионами терабайтами данных большие языковые модели или просто «искусственный интеллект» будут способны написать диссертацию, научную статью, в том числе и за профессора. А демократия станет «программируемой» социальными сетями, пользователями и политическими технологиями в сети интернет.

Но значимость работы Ф.Уэбстера заключается в обобщении и кристаллизации, пусть и с небольшой критичностью, идей ученых о различных аспектах «информационного общества».

Среди недооцененных Уэбстером «коллег по цеху» находится и М.Кастельс, который имел более масштабные взгляды на развитие общества. Он считает, что информатизация превратило общество в «сеть». В его фундаментальных трудах «сеть» противопоставляется иерархичному типу распространению информации. [2]

Согласно определению М.Кастельса, в «сетевом обществе» социальная структура общества выстраивается вокруг сетей, активируемых с помощью цифровой информации (или, другими словами, контентом – текстом, фото, видео и музыкой) и коммуникационных технологий. Важная роль отводится и эмоциональной компоненте индивида, который может выступать узлом в сети.

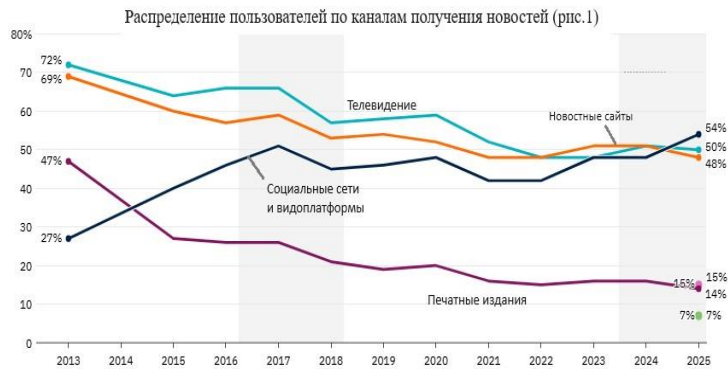
На сегодняшний день, влияние информационного взаимодействия на сетевое общество особенно стала заметна в публичной политике.

Согласно данным аналитического обзора Reuters за 2025 год, в мире ускоряется переход к потреблению информации через социальные сети и видеоплатформы. [3] Одновременно фиксируется снижение позиций «институциональной журналистики» – репортажей по телевидению, радио и печатных изданий, включая и их ресурсы в сети Интернет.

В отчете говорится о так называемом «эффекте Трампа». В 2017 году агитационная кампания президента США – Д.Трампа была сосредоточена на телевидении,

новостных интернет ресурсах и социальных сетях, что привело к росту получения новостей через эти каналы. Однако, в 2024-2025 годах новости в рамках предвыборной кампании главы Белого дома, включая сведения о скандалах вокруг данного политика, чаще всего доходили до электората посредством социальных сетей.

Именно в периоды ажиотажа и предвыборной гонки Д.Трампа сформировался «бугор» роста интереса к новостям. Причем его повторное избрание затронуло именно социальные сети, сделав их основным источником получения новостей для американцев. Если в 2013 году их доля оценивалась в 27%, то к 2025 году данная цифра достигла 54%, обогнав телевидение и новостные сайты (см. рис.1) [4].



Необходимо подчеркнуть, что в контексте изучения воздействия на общество через медиакоммуникации Д.Трампа особая фигура. В декабре 2016 года в западных СМИ появилась информация о деятельности компании «Cambridge Analytica», которая занималась сбором и анализом персональных данных пользователей интернета. [5] Она выявляла предпочтения, составляла психологический портрет и разрабатывала стратегии воздействия на целевую аудиторию потенциальных избирателей в интересах команды ныне избранного президента США.

Компанией были обработаны и сопряжены вместе информационные массивы об активности 220 млн американских граждан в социальных сетях, их местонахождении, предпочтениях, сексуальной ориентации, религиозной принадлежности, материального положения и даже черт характера в привязке к конкретным штатам, городам, деревням и т.д.

На основе этих данных Д.Трампа и его команда для повышения рейтингов давала именно те обещания, которые хочет избиратель на психоэмоциональном уровне.

Сегодня, основным «критерием» успешности коммуникации можно считать «лайки», «репосты» и просмотры конкретной единицы контента, благодаря которым алгоритмы современных платформ сетевого взаимодействия «принимают решение» показывать этот контент все большему кругу пользователей.

Анализ и результаты. Отдельного внимания заслуживает и процесс развития массовых коммуникаций на

территории Узбекистана. Как видно из таблицы 1 (см. ниже), наша страна находилась в некотором отставании от трендов, имеющих место на Западе. Однако, на протяжении новейшей истории этот разрыв стремительно сокращался. Этап за этапом воздействие мировых «технологических волн» в сфере массовых коммуникаций становилось всё более всеобъемлющим, окончательно превращая информационное пространство Узбекистана из изолированной закрытой системы в органичную часть глобальной цифровой «деревни».

Если первые печатные издания в Европе появились еще в XVII веке, в Ташкенте первый номер газеты «Туркестанские ведомости» увидел свет в 1870 году. В этот период в науке, особенно в Европе и Западе, происходили серьезные открытия, которые затрагивали сферу массовых коммуникаций. В конце XIX и начале XX века человечество «обуздало» радиосигналы, а уже в 1936 году в Британии началось первое регулярное телевидение от British Broadcasting Corporation.

Можно отметить, что именно в это время начали появляться признаки информационного противоборства, когда на территорию бывшего Советского Союза и далее в регион начали проникать сигналы западного радио «Свобода».

Согласно Кастельсу, в столкновении с сетью иерархия в попытках оказать сопротивление проигрывает либо истощает свои ресурсы. Отличным примером такого «взаимодействия» может послужить противостояние СССР распространению на свою территорию радиопередач западных станций.

Этапы развития массовых коммуникаций между властью и обществом в привязке к технологиям (таблица 1)

Период	Этап и ключевые события	Характеристика взаимодействия государства и общества	Развитие медиа на территории Узбекистана
XVII–XIX вв.	1. Появление печатных еженедельных газет в Европе (начиная с 1605 года)	Государственная цензура, использование газет для формирования общественного мнения	Первая газета – «Туркестанские ведомости» (1870-1917гг); [6]

1920–1970 гг.	2. Популяризация радио, с 1936 года запуск первого в мире регулярного телевидения «BBC»	Теле- и радиовещание становятся инструментом пропаганды и доведения информации до народных масс, особенно в период Второй мировой войны.	В 1956 году началось телевидение при Госкомитете Совета министров Узбекской ССР по телевидению и радиовещанию
1980–2000	3. Появление кабельного телевидения и множества нишевых каналов	Размывание «монополии на внимание» телезрителя у крупных каналов и сетей телевидения	1991 году – создание УзНТРК, появление первых частных телеканалов
1990 – 2000 гг.	4. Web 1.0, Запуск сайтов «CNN», «BBC Online» и других СМИ в сети.	Демократизация доступа к данным при сохранении роли традиционных СМИ.	Формирование национального сегмента интернета, в частности домена «.UZ»
2000–2010 гг.	5. «Буря социальных сетей», LinkedIn, MySpace, Facebook, YouTube, Instagram и др.	Децентрализация каналов получения новостей. Лайки и репосты как форма «сетевой легитимности».	2008 году появилась старейшее интернет-издание Gazeta.uz. Начался рост пользователей соцсетей.
2010-2020 гг.	6. Взрывной рост популярности смартфонов. Использование соц. сетей для политической и иной пропаганды.	Размывание границ между жизнью онлайн и офлайн, самая масштабная децентрализация каналов распространения информации. Борьба источников контента за внимание пользователя. Алгоритмы релевантности «решают всё».	Рост графиков мобильного интернета. Контент потребляется через смартфоны. Масштабное использование мессенджеров, рост охвата соцсетей.
С 2022г по н.в.	7. Начало публичного использования генеративного ИИ (chat.gpt).	Отрыв информации от реальности, фейки.	В 2025 году «chat.gpt» вышло на 1-место среди других приложений по скачиваниям на смартфоны. [7]

С конца 1940-х годов в пространство бывшего Советского Союза вещали «Радио Свобода», «Голос Америки», «Радио Ватикана», «Радио Рима», «BBC» (англ.) и другие. В своих эфирах они распространяли в основном негативную информацию о положении дел в СССР.

Правительство «советов» в областных центрах и приграничных районах начало устанавливать специальные высокие антенны (в обиходе – «глушилки») для создания помехов. Количество таких глушилок по всему Союзу достигало до 600. Однако, к концу 1980-х стало понятно, что такое подавление сигнала не эффективно и растрчивает слишком много ресурсов.

Мощностей для подавления хватало только для крупных городов и областных центров. Желающим слушать «вражеское» радио было достаточно на несколько километров отдалится от города.

Распад Советского Союза привел к еще большей утрате монополии государства на «правду». В уже независимых странах постсоветского пространства появились много различных частных теле- и радиоканалов.

В этот момент в западных странах зарождалась новая, более могущественная волна под названием Интернет. Период после 1990-х можно смело назвать веком Всемирной паутины. Именно в эти года сеть полноценно начала заменять все традиционные СМИ, которые также устремились в Интернет, создавая свои онлайн-версии.

В Узбекистане этот переход ощущался особенно остро. В первой половине 1990-х годов молодая республика столкнулась с необходимостью формирования собственного информационного пространства «с нуля». Началось формирование национальной доменной зоны.UZ.

С начала 2010-х годов в Узбекистане начался стремительный переход от потребления контента через статические веб-сайты к динамичным социальным платформам, где первым массовым игроком стал «Одноклассники». Позже, с удешевлением подключения к

интернету мессенджер Telegram фактически превратился в информационную экосистему на уровне страны.

С середины 2010-х мы также наблюдали стремительный рост таких платформ как Instagram и Facebook. По имеющимся оценкам с 2018 по 2024 год количество пользователей Meta (материнская компания для Instagram и Facebook) превысило отметку в 12 миллионов, что составляет больше четверти всего населения Узбекистана. [8]

С развитием инноваций мы также наблюдаем и закат некоторых традиционных форм медиа, в частности печатных периодических изданий. Стремительная цифровизация привела к тому, что скорость обновления ленты новостей в Telegram сделала газетный номер неактуальным еще до его выхода из типографии.

Мировая индустрия медиа уже прошла точку невозврата: классическое линейное телевидение стремительно теряет аудиторию, уступая место глобальным стриминговым гигантам и видеоплатформам, таким как Netflix или YouTube. Зритель больше не желает подстраиваться под жесткую сетку вещания, предпочитая модель «контент по запросу» («Video on Demand» или VOD), где время, место и формат потребления определяет он сам.

С высокой долей вероятности, аналогичную тектоническую трансформацию мы будем наблюдать и в Узбекистане в ближайшие пять лет. Несмотря на традиционную консервативность регионального ТВ-рынка, развитие высокоскоростного оптоволоконного интернета и экспансия локальных платформ (таких как Allplay) создают все условия для массового исхода зрителей в онлайн.

Заключение. На современном этапе гражданин Узбекистана уже включен в общемировой контекст, где конкуренция за его внимание ведется уже не на уровне запретов, а на уровне качества контента и точности алгоритмов. В ближайшие пять лет эта тенденция лишь усилится, стирая границы между локальной повесткой и мировыми медиатрендами.

Таким образом, будущее массовых коммуникаций в республике неразрывно связано с дальнейшей персонализацией и уходом в цифровую среду, что требует от

всех участников процесса готовности к жизни в условиях постоянной информационной избыточности и высокой динамики изменений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Уебстер Ф. Теории информационного общества, Пер. с английского Араповой М.В., Малыхиной Н.В., М.:Аспект Пресс, 2004
2. Кастельс М. Власть коммуникации; перевод с англ. Н.М.Тылевич; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016, ISBN 978-5-7598-1009-4
3. Newman.N, Overview and key findings of the 2025 Digital News Report. Источник: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary>.
4. Источник рисунка: «Overview and key findings of the 2025 Digital News Report». См.выше.
5. Расследование Das Magazin: как Big Data и пара ученых обеспечили победу Трампу и Brexit (10.12.2026г.), интернет ресурс: The insider // <https://theins.ru/politika/38490>
6. Дубовицкая И.М., Н.П. Остроумов и становление СМИ в Средней Азии в конце XIX – начале XX вв.//журнал “История и современность” – №2(10)/2009. ISSN 1811–7481
7. ChatGPT стал самым популярным приложением среди узбекистанцев // <https://podrobno.uz/cat/obchestvo/chatgpt-stal-samym-populyarnym-prilozheniem-sredi-uzbekistantsev/>
8. Социальные сети Узбекистана и Казахстана: общие черты и отличия в исследовании Wunder Digital // <https://wunder-digital.uz/sotsialnye-seti-uzbekistana-i-kazahstana-obshhie-cherty-i-otlichiya-v-issledovanii-wunder-digital/> (дата обращения 02.03.2026г.)