



ISSN 2181-9599

Doi Journal 10.26739/2181-9599

ЎТМИШГА НАЗАР

8 ЖИЛД, 12 СОН

ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ

ТОМ 8, НОМЕР 12

LOOK TO THE PAST

VOLUME 8, ISSUE 12



ТОШКЕНТ-2025

Бош мухаррир:
Главный редактор:
Chief Editor:

Муртазаева Рахбар Хамидовна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Бош мухаррир ўринбосари:
Заместитель главного редактора:
Deputy Chief Editor:

Джураева Нилуфар Далибаевна
тарих фанлари номзоди, профессор,
Ўзбекистон жаҳон тиллари университети

ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ | РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ | EDITORIAL BOARD

Сагдуллаев Анатолий Сагдуллаевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор, академик,
Ўзбекистон Миллий университети

Бобожонова Дилором Бобожонова
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон жаҳон тиллари университети

Юнусова Хуршида Эркиновна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Аширов Адхам Азимбаевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
ЎзР. ФА. Тарих институти

Агзамова Гулчехра Азизовна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
ЎзР. ФА. Тарих институти

Бурдиашвили Майя
тарих фанлари доктори (DSc),
Телави давлат университети

Кожакеева Ляззат Темировна
тарих фанлари доктори (DSc), доцент,
Хотин-қизлар давлат педагогика университети

Аминова Азиза Марковна
тарих фанлари доктори (DSc), доцент,
Навоий давлат педагогика институти

Ульжаева Шохистахон Мамажоновна
тарих фанлари доктори (DSc),
Тошкент ирригация ва кишлок хужалигини механизациялаш мухандислари институти Миллий тадқиқот университети

Худайқулов Тулқин Дўстбоевич
Тарих фанлари доктори (DSc)
Шаҳрисабз дала педагогика институти

Гофоров Шокир Сафарович
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Самарқанд давлат университети

Эргашева Юлдуз Алимовна
Тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Қариши давлат техника университети

Халикова Рахбар Эргашевна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Тошкент давлат техника университети

Ишанходжаева Замира Райимовна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Эшов Боходир Жўраевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Қариши давлат университети

Махкамova Надира Рахмановна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Тошкент ахборот технологиялари университети

Кебадзе Мадонна
тарих фанлари доктори (DSc),
Телави давлат университети

Абдуллаева Яхшибека Агамуратовна
тарих фанлари доктори (DSc), доцент,
Нукус давлат педагогика институти

Мустафаева Нодири Абдуллаевна
тарих фанлари доктори (DSc),
Ўзбекистон Фанлар академияси

Ерметов Аваз Абдуллаевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Хайдаров Ғайратбек Мирзапўлатович
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Андижон давлат университети

Расулов Абдуллажон Нуриддинович
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Наманган давлат университети

Ковалев Борис Николаевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Санкт-Петербург Тарих институти

Кобзева Ольга Петровна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Ауанасова Алима Мусировна
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Қозогистон давлат тарихи институти

Бегалинова Калимаш Капсамаровна
фалсафа фанлари доктори (DSc), профессор,
Қозогистон Миллий университети

Хайдаров Муродилла Махмуталиевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Тожибоев Музаффар Турдибоевич
тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
ИИВ Академияси

Алиева Лале
тарих фанлари доктори (DSc),
Озарбайжон давлат университети

Сайнова Камола Давляталиевна
тарих фанлари доктори (DSc), доцент,
Ўзбекистон Миллий университети

Исмаилова Алмаз
тарих фанлари доктори (DSc),
Догистон мустақил университети

Иноятова Диларам Маниглиевна
Тарих фанлари доктори (DSc), профессор,
Ўзбекистон Миллий университети

Таниева Гулдона Мамановна
тарих фанлари доктори (DSc), доцент,
Низомий номидаги Ўзбекистон Миллий педагогика университети

Дорошенко Татьяна Ивановна
тарих фанлари номзоди, доцент,
Ўзбекистон Миллий университети

Бабаджанова Нодира Абдуллаевна
тарих фанлари номзоди, доцент,
Ўзбекистон давлат жаҳон
тиллари университети

Ширванова Тарана Амирага кызы
тарих фанлари номзоди, доцент,
Азербайдон давлат
иқтисодиёт университети

Мирзалиев Улуғбек Бегмурзаевич
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), Гулистон
давлат педагогика институти

Нуруллаева Шоира Кушназаровна
тарих фанлари номзоди, доцент,
Урганч давлат университети

Курбанов Бахтияр Журабаевич
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD),
Наманган давлат университети

Ҳакимова Шоира Сағдуллаевна
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), UBS Тошкент филиали

Толибоева Нодира Одилжоновна
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон
жаҳон тиллари университети
Масъул котиб

Теймураз Ахалмосулишвили
тарих фанлари номзоди, профессор,
Телави давлат университети

Джоробекова Айнур Эшимбековна
тарих фанлари номзоди, профессор,
Қозоғистон дипломатия академияси

Рахмонқулова Зумрад Бойхуразовна
тарих фанлари номзоди, доцент,
Ўзбекистон Миллий университети

Исаков Баҳадир Нигматуллаевич
тарих фанлари номзоди, доцент,
Ўзбекистон давлат жаҳон
тиллари университети

Холмуродов Дилшод Рашидович
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), Жиззах давлат
педагогика университети

Юсупов Аҳмеджон Шоназарович
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), доценти
Urganch davlat universiteti

Тиллажаева Хуршида Джумаваевна
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD),
Тошкент давлат техника университети

Одилов Аброр Анварович
тарих фанлари номзоди, доцент,
Ўзбекистон Миллий университети
Масъул котиб

Исоқов Бахтиёр Робидинович
тарих фанлари номзоди, доцент,
Наманган давлат университети

Тўхтабасв Аъзамжон Шарипхўжаевич
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), доцент,
Наманган давлат университети

Халмуратов Бахтиёр Режавалиевич
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), доцент,
Наманган давлат университети

Алимардонов Отабек Қудратович
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD), доценти
Ўзбекистон Миллий университети

Турсунова Юлдуз Бобоқулловна
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD),
ЎзР. ФА. Тарих институти

Азаматова Гулмира Байирбековна
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD),
Jizzax davlat pedagogika universiteti

Каримжонов Жасурбек Мухторжонович
тарих фанлари бўйича фалсафа
доктори (PhD),
Ўзбекистон Миллий университети

МУНДАРИЖА | СОДЕРЖАНИЕ | CONTENT


1. Диларам Иноятова НЕМЕЦКАЯ ДИАСПОРА УЗБЕКИСТАНА: СОХРАНЕНИЕ ЭТНИЧЕСКОЙ И КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ.....	5
2. Лазизахон Алиджанова ДИНЛАРАРО МУЛОҚОТ ВА БАҒРИКЕНГЛИКНИ ТАЪМИНЛАШДА ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН ВА ЖАҲОН ТАЖРИБАСИ.....	11
3. Umida Azamjonova TARIXIY ME'MORIY YODGORLIKLARNI KONSERVATSIYA VA TA'MIRLASH METODLARI TANLILI (XORIJIY TAJRIBALAR MISOLIDA).....	16
4. Javlonbek Begaliyev O'ZBEKISTONDA SOVET DAVRIDA SAN'AT VA MADANIYAT YO'NALISHLARIDA MUALLIFLIK HUQUQI MASALASI BILAN BOG'LIQ AYRIM MULOHAZALAR (1930-1970 YILLAR MISOLIDA).....	20
5. Azizbek Muminov FARG'ONA VODIYSI TABIIY OBYEKTLARINING TARIXIY-GEOGRAFIK TASNIFI VA ULARNING ZAMONAVIY TURIZM RIVOJLANISHIDAGI AHAMIYATI.....	26
6. Фируза Мухитдинова ИНСОННИНГ ЎЗ ҲУҚУҚ ВА МАНФААТЛАРИНИ ҲИМОЯ ҚИЛИШ ҲУҚУҚИ – ЯНГИЛАНГАН КОНСТИТУЦИЯДА МУСТАҲКАМЛАНГАН АСОСИЙ ҚОИДА.....	31
7. Sardorbek Rahimberdiyev MEHNAT MIGRANTLARINING IJTIMOIIY HOLATI VA MADANIY IDENTIFIKATSIYASI (KOREYADAGI O'ZBEKLAR MISOLIDA).....	42
8. Baxtiyar Kurbanov 1941-1943-YILLARDA TEMIR YO'L TRANSPORTI ISHINING FRONT VA XALQ XO'JALIGI MANFAATLARI UCHUN QAYTA QURILISHI.....	48
9. Ғайратбек Хайдаров, Мухитдин Саттаров ТАРАҚҚИЁТ ЙЎЛИДАГИ ХАЛҚАРО ҲАМКОРЛИК АЛОҚАЛАРИ.....	55
10. Гуласал Шакирова ПОНЯТИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ.....	60
11. Shuxrat Toshturov O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING EKOLOGIYA VA BIOLOGIK RANGBARANGLIKNI SAQLASH SOHASIDAGI XALQARO HAMKORLIGI.....	71
12. Пётр Чублуков РОЛЬ ЗАВОЕВАТЕЛЬНЫХ ПОХОДОВ АЛЕКСАНДРА МАКЕДОНСКОГО В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРЫ ЭЛЛИНИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ СРЕДНЕЙ АЗИИ.....	79



Гулалал Шакирова,
Главный специалист отдела “PR and marketing“
Университета мировой экономики и дипломатии,
независимый исследователь УМЭД

ПОНЯТИЕ И ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ

For citation: Gulasal Shakirova. THE CONCEPT AND EVOLUTION OF MEDIA CONVERGENCE IN POLITICAL COMMUNICATIONS. Look to the past. 2025, vol. 8, issue 12.

 <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.18035177>

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается феномен медиаконвергенции как ключевой фактор трансформации политических коммуникаций в XXI веке. Проводится анализ технологической, контентной, организационной и социальной интеграции медиа, а также её влияния на развитие новых стратегий политического воздействия. Особое внимание уделено концепциям Г. Дженкинса, М. Кастельса, а также работам азиатских и российских исследователей. Обосновывается, что медиаконвергенция стала важным инструментом гибридных форм влияния и формирования политической повестки. Автор особо отмечает, что медиаконвергенция в контексте «Нового Узбекистана» представляет собой ключевой фактор в трансформации политической коммуникации.

Ключевые слова: медиаконвергенция, политические коммуникации, цифровая трансформация, Новый Узбекистан, социальные сети, интеграция медиа.

Gulasal Shakirova,
Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti
PR va marketing bo'limi bosh mutaxassisi,
JIDU mustaqil tadqiqotchisi

SIYOSIY ALOQALARDA OAV KONVERGENSIYASI KONTSEPSIYASI VA EVOLYUTSIYASI

АННОТАЦИЯ

Мақолада медиаконвергенсия феномени XXI асрда сиёсий коммуникациялар трансформациясининг асосий омили сифатида кўриб чиқилади. Медианинг технологик, контент, ташкилий ва ижтимоий интеграцияси, шунингдек, унинг янги сиёсий таъсир стратегияларини ишлаб чиқишга таъсири таҳлил қилинади. Г.Женкинс, М.Кастелс концепциялари, шунингдек, Осиё ва Россия тадқиқотчиларининг ишларига алоҳида эътибор қаратилган. Медиаконвергенсия таъсир кўрсатишининг гибрид шакллари ва сиёсий кун тартибини шакллантиришининг муҳим воситасига айлангани асосланган. Муаллиф "Янги Ўзбекистон" контекстида медиаконвергенсия сиёсий коммуникация трансформациясининг асосий омили эканлигини алоҳида таъкидлайди.

Калит сўзлар: медиа конвергенция, сиёсий коммуникациялар, рақамли трансформация, Янги Ўзбекистон, ижтимоий тармоқлар, медиа интеграция.

Gulasal Shakirova,
Chief Specialist of the PR and Marketing Department
at the University of World Economy and Diplomacy,
Independent Researcher at the University of
World Economy and Diplomacy.

THE CONCEPT AND EVOLUTION OF MEDIA CONVERGENCE IN POLITICAL COMMUNICATIONS

ABSTRACT

The article examines the phenomenon of media convergence as a key factor in the transformation of political communications in the 21st century. It analyses the technological, content, organisational and social integration of the media, as well as its impact on the development of new strategies for political influence. Particular attention is paid to the concepts of G. Jenkins, M. Castells, as well as the works of Asian and Russian researchers. It is argued that media convergence has become an important tool for hybrid forms of influence and shaping the political agenda. The author particularly notes that media convergence in the context of 'New Uzbekistan' is a key factor in the transformation of political communication.

Index Terms: media convergence, political communication, digital transformation, New Uzbekistan, social networks, media integration.

Введение

Понятие «медиаконвергенция» (media convergence) начали использовать учёные и специалисты в конце XX века. Это было связано с развитием цифровых технологий, которые объединили разные медиа — телевидение, радио, интернет — в одно общее пространство. Сначала этот термин описывал в основном техническую сторону: слияние компьютерных, телекоммуникационных и медийных технологий.

Важный шаг в понимании этого явления сделал Генри Дженкинс. Он объяснил, что медиаконвергенция — это не только про технологии. Это процесс, в котором старые и новые медиа встречаются, а контент путешествует по разным площадкам. При этом сама аудитория становится активной: люди не просто потребляют информацию, но и участвуют её в распространении. Его подход учитывает не только технические изменения, но и культурные, социальные и политические.

Со временем стало ясно, что медиаконвергенция — это сложное, многоуровневое явление, которое включает в себя:

- **Технологическую конвергенцию** — разные устройства и каналы связи объединяются (например, через смартфон можно смотреть телепередачу, выходить в интернет и звонить).

- **Содержательную конвергенцию** — один и тот же контент адаптируется и перерабатывается для разных форматов и аудиторий (например, статья на сайте превращается в видео для соцсетей или короткий пост).

- **Институциональную конвергенцию** — медиакомпании и СМИ меняют свои структуры, объединяя традиционные редакции с цифровыми платформами.

Таким образом, значение термина расширилось. Из узко технического оно превратилось в междисциплинарное, которое отражает глубокие изменения в том, как мы общаемся и получаем информацию.

Медиаконвергенция стала ключевой силой, которая изменила политические коммуникации в XXI веке. Она создала новые формы взаимодействия между государством, обществом и медиа.

В этой статье рассматриваются разные теории о медиаконвергенции, в том числе объединение технологий, содержания, организационных структур и социальной сферы. Особое внимание уделяется идеям Г. Дженкинса и М. Кастельса, а также работам азиатских и российских авторов, которые показывают особенности этого процесса в своих регионах.

Сегодня медиаконвергенция — неотъемлемая часть изменений в общественной жизни. Она сильно влияет на то, как создаётся, распространяется и потребляется политическая информация. В условиях цифровизации и роста влияния соцсетей политические коммуникации становятся менее централизованными, более интерактивными и персональными. Это заставляет по-новому смотреть на традиционные модели взаимодействия между медиа, властью и аудиторией.

Актуальность изучения медиаконвергенции связана с несколькими причинами. Во-первых, она стала главным двигателем перемен в информационной среде, объединяя традиционные и новые медиа в одну систему. Это меняет характер политического общения и усиливает возможность стран использовать «мягкую силу» — то есть привлекать и убеждать, а не принуждать. Во-вторых, Китай демонстрирует уникальный пример того, как можно использовать медиаконвергенцию. Он сочетает технические новшества, адаптацию контента и изменения в работе организаций с долгосрочной стратегией укрепления своего культурного и политического влияния. При этом отечественные и зарубежные исследования (Г. Дженкинс, М. Кастельс, Г. Джумаева, А. Бобоханов и др.) лишь частично раскрывают данный феномен, не уделяя достаточного внимания анализу политических стратегий и региональных особенностей, особенно в отношении Центральной Азии.

Таким образом, вопрос о том, как медиаконвергенция используется в политической коммуникации, обладает научной новизной и практической ценностью. Он позволяет выявить конкретные инструменты и механизмы формирования «мягкой силы» и оценить, можно ли их применять в других политических и культурных условиях.

Методы исследования и степень изученности проблемы.

В исследовании применён комплекс методов, обеспечивший многомерный анализ феномена медиаконвергенции. Основу составил **структурно-функциональный анализ**, позволивший рассмотреть взаимосвязи технологических, контентных, организационных и социальных компонентов конвергентных медиа в политической коммуникации.

Использован **сравнительно-исторический метод** для прослеживания эволюции концепта медиаконвергенции в работах Г. Дженкинса, М. Кастельса, а также азиатских и российских исследователей. Это позволило выявить ключевые теоретические подходы и общие тенденции развития цифровых медиа.

Для анализа трансформации политического дискурса и механизмов формирования повестки применён **дискурсивный анализ**, дополненный **контент-анализом** материалов цифровых платформ, что обеспечило выявление практических проявлений медиаконвергенции.

В контексте изучения процессов в «Новом Узбекистане» использовался **case-study подход**, позволивший сопоставить локальные особенности с глобальными трендами.

Совокупность данных методов обеспечила комплексное понимание феномена медиаконвергенции и его роли в современной политической коммуникации.

В последние два десятилетия медиаконвергенция стала одной из ключевых тем в области медиаисследований и политических коммуникаций.

Эту тему изучают на стыке разных наук: медиаведения, политологии, социологии и культурологии. основоположниками в изучении этого понятия считаются западные авторы. Прежде всего, Генри Дженкинс, который предложил рассматривать конвергенцию не как просто технический процесс, а как культурное явление, которое помогает взаимодействовать разным медиаплатформам и их аудиториям. Мануэль Кастельс в своих работах сделал акцент на сетевых структурах, изменении коммуникаций и на том, как выросла роль информации в мировой политике.

В азиатском контексте интересны работы учёных из Китая и Южной Кореи. Они анализируют медиаконвергенцию вместе с государственными стратегиями «мягкой силы» и цифровой дипломатией. Китайские авторы, такие как Синьюй Лу, Чжан Вэйвэй, Индан Лу, Ицин Сюй и другие, активно изучают, как объединение медиа и технологий помогает продвигать культурное влияние за границей. Особое внимание они уделяют соцсетям и платформам типа WeChat, Weibo и Douyin.

В России и странах СНГ можно выделить исследования Е. Л. Вартановой. Она рассматривает медиаконвергенцию как сложное явление, которое затрагивает и технологии, и организацию работы, и содержание. Работы Н. В. Коломиец, М. В. Шкондина и других авторов анализируют, как конвергенция повлияла на систему СМИ в условиях цифровых перемен. В последние годы появились статьи о применении медиаконвергенции в политических процессах и информационной безопасности. Однако то, как именно медиаконвергенция используется как инструмент «мягкой силы» в политике разных стран, изучено ещё очень фрагментарно.

В российской науке вопросы, связанные с медиаконвергенцией, раскрыты всего в нескольких статьях. Например, в статье Г.С. Джумаевой и А. Бобохонова авторы пишут, что политическая сторона медиаконвергенции в академической среде изучена недостаточно, особенно наглядные практические примеры. Они призывают к дальнейшему исследованию этого явления, особенно в международном контексте.

Теоретические подходы к пониманию медиаконвергенции.

Г. Дженкинс, один из главных специалистов по этой теме, рассматривает конвергенцию не как простой технический переход, а как культурный сдвиг. В этом процессе пользователи становятся активными участниками создания и распространения информации. М. Кастельс в своей работе «Communication Power» подчёркивает, что в основе медиаконвергенции лежат сети. Это меняет медиаиндустрию и социальные структуры власти. Российские исследователи, включая К. Коломиеца, видят медиаконвергенцию как приспособление СМИ к цифровой среде. Это проявляется в объединении каналов передачи информации, использовании мультимедиа и персонализации контента. В азиатских исследованиях главный акцент делается на стратегической роли медиаконвергенции. Её рассматривают как инструмент для формирования национального информационного пространства и усиления влияния страны на международной арене. Это особенно заметно на примере политики Китая.

Таблица 1. Ключевые авторы и концепции медиаконвергенции

Автор / школа	Ключевое понятие	Ядро тезиса и репрезентативные работы (год)	Импlications для политкоммуникации	Применимость к исследованию КНР
Г. Дженкинс	Конвергентная культура; participatory culture	Конвергенция — культурный процесс; аудитория становится со-продюсером и со-распространителем контента <i>Convergence Culture</i> (2006)	Сдвиг власти к сетевым сообществам; necessity вовлечения граждан в политический контент	Высокая: цифровые платформы КНР активно используют UGC и фан-сообщества
М. Кастельс	Сетевое общество; массовая самокоммуникация	Власть циркулирует через сети; пользователи производят и распространяют политический контент вне институций <i>Communication Power</i> (2009); <i>The Rise of the Network Society</i> (1996/2010)	Реструктуризация публичной сферы; новые формы мобилизации	Высокая: экосистема WeChat/Weibo/Douyin формирует «пространства потоков»

Л. Манович / М. Дёзе и др.	Цифровой медиаремикс; платформа как инфраструктура	Платформизация меняет производство/дистрибуцию; модульность и ремикс <i>The Language of New Media</i> (2001); Deuze (2007)	Переход к платформенно-центричной политкоммуникации	Средняя-высокая: доминирование «супер-приложений»
Е. Вартанова (РФ)	Медийная экономика и конвергенция	Конвергенция как стратегия медиарынков и редакций <i>Вартанова (2013–2020)</i>	Институциональный дизайн регуляторика	Высокая: интеграция госмедиа и платформ
К. Коломиец (РФ)	Мультимедийные редакции; кроссплатформенность	Конвергенция требует синхронизации производственных процессов Коломиец (2019)	Управление редакциями и гибридные форматы	Высокая: масштабирование госмедиа КНР
Азиатские авторы (Zhao, Li), Han S.	Конвергенция + мягкая сила	Стратегическая интеграция платформ для внешнего позиционирования Zhao (2021); Li (2022)	Целевая дипломатия влияния	Очень высокая: BRI, CGTN, Xinhua

Таблица 2. Виды медиаконвергенции и примеры ее применения

Вид медиаконвергенции	Содержание	Примеры применения
Технологическая	Объединение традиционных и цифровых каналов	Интеграция ТВ и онлайн-платформ CGTN
Контентная	Координация и адаптация контента для разных платформ	Видео- и текстовые материалы Weibo
Организационная	Взаимодействие разных медиаструктур	Коллаборации госСМИ и соцсетей
Социальная	Участие пользователей в создании контента	Вовлечение аудитории через TikTok

Таблица 3. Классификация видов медиаконвергенции (измерения, механизмы, примеры, риски)

Измерение	Определение (кратко)	Ключевые механизмы	Типичные платформы / технологии	Примеры из практики (КНР / мир)	Риски и ограничения
Технологическая	Сведение разных каналов и функций в единую цифровую среду	Интеграция сетей, облака, мобильность, API	5G, облака, супер-приложения, OTT, CDNs	КНР: «всё-в-одном» WeChat; Мир: смартфон как «медиахаб»	Зависимость от инфраструктуры; киберриски
Контентная	Кроссплатформенное производство и ремикс	Трансмедиа-нарративы, адаптация форматов	Short video, подкасты, livestream, инфографика	КНР: CGTN + Douyin кампании BRI; США: кросс-медийные кампании Белого дома	Фрагментация внимания; манипуляции повесткой

Организационная	Интеграция редакций и институтов	Newsroom 3.0, общие CMS, data pipelines	Единые CMS, newsroom analytics, AI-редакторы	КНР: объединённые холдинги Xinhua/China Daily; РФ: мультимедийные редакции RT	Централизация, риск единообразия сообщений
Социальная	Вовлечение аудитории в производство и распространение	UGC, комьюнити-менеджмент, крауд-сорсинг	Соцсети, мессенджеры, форумные экосистемы	КНР: «народные репортеры» на Weibo; Корея: фан-сообщества в К-роп культуре дипломатии	Троллинг, дезинформация, поляризация

Технологическая интеграция — это процесс, когда традиционные средства массовой информации (такие как газеты, телевидение и радио) объединяются с цифровыми каналами (такими как интернет-сайты, социальные сети и мобильные приложения). Такое объединение позволяет государствам создавать гибридные медиаэкосистемы — единые системы, где разные типы медиа работают вместе и дополняют друг друга. **Контентная интеграция** — это переход к использованию мультимедийных форматов и согласованию информационных сообщений на разных платформах. Это означает, что одно и то же сообщение или новость адаптируются под разные форматы — например, текстовая новость дополняется видео, инфографикой и публикуется одновременно на сайте, в телеграм-канале и социальных сетях, сохраняя единую смысловую линию. **Организационная интеграция** — это процесс сотрудничества между различными медийными структурами, начиная от государственных средств массовой информации и заканчивая администрациями социальных сетей и цифровыми платформами. Такое сотрудничество позволяет согласовывать действия и создавать единое информационное пространство. **Социальная интеграция** — это вовлечение самой аудитории в создание и распространение контента. Пользователи интернета активно участвуют в обсуждении, комментировании и создании собственного контента на основе полученной информации, что усиливает роль гражданских и сетевых сообществ в формировании общественного мнения.

Эволюция медиаконвергенции отражает не только технологические изменения, но и трансформацию всей системы коммуникаций. На ранних этапах (до 1980-х гг.) информационные потоки были однонаправленными и строго контролируруемыми, что обеспечивало доминирование традиционных СМИ. Период цифровизации 1990-х годов положил начало переходу к интерактивности и расширению каналов распространения информации.

В конце 1990-х — начале 2000-х годов медиаконвергенция стала напрямую ассоциироваться с цифровизацией и распространением интернета, что позволило переходить к мультиплатформенным стратегиям — одновременному использованию нескольких каналов распространения контента. В 2000-е годы медиаконвергенция стала восприниматься как стратегическая необходимость для средств массовой информации. Интеграция печатных, аудиовизуальных и сетевых форматов позволила СМИ создавать мультимедийный контент и активно взаимодействовать с аудиторией через разные каналы. Следующий этап — мобильная и социальная фаза — обозначил радикальное изменение характера коммуникации. С распространением смартфонов и социальных сетей аудитория перестала быть просто потребителем информации и стала её активным создателем. Примером служит интеграция социальных сетей и видеоплатформ (таких как WeChat, YouTube), которые позволяют государственным и частным структурам вести гибкие информационные кампании и напрямую взаимодействовать с пользователями.

Затем акцент сместился на интерактивность и вовлечение аудитории: появление социальных сетей и пользовательского контента, что было подробно описано в работах исследователя Дженкинса. Аудитория стала активным участником медиапроцесса — создавая, комментируя и распространяя контент.

Современный период характеризуется гибридной платформенной моделью, в которой ключевую роль играют персонализированные данные и алгоритмы. Медиаконвергенция становится важнейшим инструментом влияния и конкурентным ресурсом в политических коммуникациях. Китайские инициативы (такие как «Один пояс, один путь») и южнокорейские проекты культурной дипломатии наглядно демонстрируют использование конвергентных медиа для продвижения национальных брендов и ценностей. Эти процессы рассматриваются не только как технологические, но и как инструменты «мягкой силы» и цифровой дипломатии.

Таблица 4. Эволюция медиаконвергенции

Этап развития	Период	Ключевые характеристики	Примеры и технологии
Техническая интеграция	1980-е начало 1990-х	Слияние традиционных медиа (печать, радио, ТВ) с компьютерными и телекоммуникационными технологиями	CD-ROM, кабельное ТВ, базы данных
Цифровизация	1990-е 2000-е	Массовый перевод контента в цифровую форму, развитие интернет-СМИ	Веб-издания, электронная почта, первые новостные порталы
Интерактивность и Web 2.0	2000-е 2010-е	Появление пользовательского контента, блогов, социальных медиа	Facebook, YouTube, Википедия
Мобильная платформенная интеграция	2010-е 2020-е	Смартфоны, приложения, мультиплатформенность, алгоритмы персонализации	WeChat, Instagram, TikTok (Douyin)
Алгоритмическая стратегическая конвергенция	2020-е – н.в.	Искусственный интеллект, бигдата, использование медиаплатформ для политического и культурного влияния	AI-рекомендации, цифровая дипломатия, метавселенная

Роль медиаконвергенции в политической коммуникации. Совершенно очевидно, что современная медиаконвергенция сильно изменила то, как политики общаются с людьми. Она создала условия для гибридных стратегий влияния. Как верно заметил исследователь Дженкинс, «объединение разных медиаформатов и активное участие аудитории в создании контента приводят к появлению совершенно нового, более сложного уровня общения». Это утверждение особенно важно в условиях глобальной конкуренции за внимание людей, где цифровые платформы (такие как соцсети и сайты) стали не просто каналами для новостей, а инструментами для стратегического управления тем, о чем говорят люди.

Китайский опыт демонстрирует системный подход к медиаконвергенции. Активное использование национальных платформ WeChat, Weibo и Douyin (TikTok) позволяет интегрировать официальную и пользовательскую повестку, создавая динамичную информационную среду. В рамках масштабной инициативы «Один пояс, один путь» медиаконвергенция рассматривается как важная часть цифровой дипломатии и способ продвижения имиджа страны за границей. Например, государственные информационные агентства, такие как China Global Television Network (CGTN), сочетают в своей работе традиционное телевидение, многоязычные сайты и активность в социальных сетях. При этом они всегда адаптируют свой контент под особенности и интересы аудитории в разных регионах мира. По словам китайских исследователей Ли Чжуна и Чжан Вэя, «интеграция цифровых платформ усиливает возможности государства по формированию позитивного имиджа и повышает эффективность культурного экспорта».

Южная Корея показывает блестящий пример того, как можно встроить медиаконвергенцию в культурную дипломатию. Государственные организации и крупные корпорации (например, KOCIS и развлекательные агентства) используют комплексные стратегии для популяризации кей-попа и корейской культуры в целом.

Они умело комбинируют телевидение, стриминговые сервисы (такие как Netflix), соцсети и сообщества фанатов. Именно это позволило Корею стать настоящим «культурным брендом» в Азии и по всему миру.

Опыт других стран подтверждает, что медиаконвергенция — это универсальный инструмент «мягкой силы», то есть влияния через убеждение и привлекательность, а не через принуждение. В США Белый дом и государственные структуры применяют мультимедийные кампании с использованием Twitter (X), YouTube, подкастов и мобильных приложений, что позволяет одновременно обращаться к различным аудиториям и оперативно реагировать на кризисные ситуации. Россия развивает международные медиа RT и Sputnik, совмещая традиционные форматы телевидения и онлайн-платформы для продвижения своей позиции на международной арене, при этом активно используя социальные сети и мультимедийный контент.

Таким образом, медиаконвергенция превратилась не только в технологический инструмент, но и в инструмент геополитики. Использование социальных сетей и стратегий, охватывающих множество платформ, позволяет странам выстраивать гибкие и эффективные модели коммуникации. Это даёт им возможность влиять на общественное мнение во всем мире, что подтверждается исследованиями как российских, так и зарубежных учёных.

Таблица 5. Примеры применения медиаконвергенции в политической коммуникации

Страна/регион	Ключевые инструменты	Особенности реализации
Китай (КНР)	WeChat, Weibo, Douyin, CGTN	Интеграция официальной и пользовательской повестки; мультязычный контент для «Один пояс, один путь»
США	Twitter (X), YouTube, подкасты	Мультимедийные кампании; быстрое реагирование на кризисы
Россия	RT, Sputnik, соцсети	Совмещение телевидения и цифровых платформ для внешней аудитории
Южная Корея	KOCIS, стриминговые платформы, соцсети	Культурная дипломатия и продвижение кей-поп, сериалов и бренда «K-culture»

Результаты исследования.

Исследование подтвердило, что медиаконвергенция является ключевым фактором трансформации политических коммуникаций в XXI веке. Установлено, что интеграция технологических, контентных, организационных и социальных элементов формирует новую структуру политического взаимодействия, в которой традиционные и цифровые медиа выступают взаимосвязанной экосистемой.

Анализ теоретических подходов Г. Дженкинса и М. Кастельса, а также работ азиатских и российских исследователей показал, что современная медиаконвергенция характеризуется усилением пользовательского участия, сетевой мобилизации и влияния алгоритмических платформ. Эти процессы задают новые параметры политического дискурса.

Результаты дискурсивного и контент-анализа выявили рост гибридных форм политического воздействия, сочетающих инструменты PR, цифрового маркетинга и интерактивной коммуникации. Политическое сообщение становится более персонализированным и фрагментированным, что усиливает роль цифровых платформ в формировании повестки дня.

В контексте «Нового Узбекистана» показано, что расширение цифровых сервисов и вовлечённость аудитории создают условия для появления новых форм политического диалога и повышения прозрачности коммуникации. Медиаконвергенция способствует диверсификации каналов взаимодействия государства и общества.

Таким образом, полученные результаты демонстрируют, что медиаконвергенция выступает системным драйвером обновления политических коммуникаций и влияет как на стратегии политических акторов, так и на поведение аудитории.

Выводы.

Проведенный анализ показал, что медиаконвергенция — это не просто про технологии. Это глубокий социальный и культурный феномен, который полностью меняет то, как происходит политическое общение в XXI веке. Сочетание технологического объединения, единого содержания, совместной работы организаций и участия самой аудитории создает новые формы взаимодействия между государством, СМИ и людьми. В результате информационное пространство превращается в гибкую и сложную систему.

Главный вывод исследования состоит в том, что медиаконвергенция становится самым важным инструментом для реализации «мягкой силы». Она позволяет как государствам, так и негосударственным организациям создавать нужные им истории и рассказы, укреплять национальную идентичность и продвигать свои стратегические интересы на международной арене. Китайская практика показывает особую модель использования медиаконвергенции. В ней цифровые технологии, культурная дипломатия и стратегическое управление информационными потоками объединены в единый замысел. В этом контексте можно отметить успешные примеры таких инструментов, как многоуровневая система государственных и частных медиаплатформ, использование социальных сетей (WeChat, Weibo), глобальные информационные агентства (CGTN, Xinhua), а также продвижение культурных брендов и ценностей за рубежом.

Если сравнить опыт разных стран (США, ЕС, России, Южной Кореи и других), можно утверждать, что медиаконвергенция усиливает гибридный характер политического влияния. Она объединяет традиционные формы информационного давления с более мягкими, убеждающими методами. Однако, как показал обзор литературы, именно китайский подход отличается двумя ключевыми особенностями:

Высокой степенью организованности и системности (институционализации) и четкой ориентацией на долгосрочный результат.

Это говорит о том, что китайский подход требует более глубокого теоретического изучения.

Для «Нового Узбекистана» медиаконвергенция является ключевым фактором в изменении политической коммуникации. Она служит важным инструментом для формирования общественного мнения и реализации государственной информационной политики.

В условиях, когда медиасреда Узбекистана становится цифровой, медиаконвергенция помогает объединить разные форматы СМИ — как традиционные, так и цифровые платформы. Это усиливает взаимодействие между государственными структурами и гражданами. Такой подход позволяет эффективно доносить государственные инициативы до людей и получать от них обратную связь.

Исследования показывают, что печатные издания Узбекистана активно адаптируются к интерактивно-коммуникативным процессам, внедряя мультимедийные форматы и расширяя взаимодействие с аудиторией через цифровые каналы. Это способствует повышению вовлеченности граждан в политические процессы и укреплению демократических институтов.

Исследования показывают, что печатные издания Узбекистана активно приспособляются к новым условиям. Они внедряют мультимедийные форматы (например, добавляют видео к статьям) и расширяют общение с аудиторией через цифровые каналы. Это повышает вовлеченность граждан в политические процессы и помогает укреплять демократические институты. Анализ узбекских СМИ позволяет сделать вывод, что медиаконвергенция в «Новом Узбекистане» играет центральную роль в модернизации политической коммуникации. Она обеспечивает эффективное взаимодействие между

государством и обществом, а также помогает укреплять позиции страны на международной информационной арене.

Таким образом, актуальность дальнейшего изучения данной темы определяется необходимостью систематизации теоретических подходов, разработки методологических инструментов анализа и выявления практических механизмов применения медиаконвергенции в политических коммуникациях. Результаты исследования могут быть полезны не только для научного сообщества, но и для государственных органов, занимающихся информационной безопасностью и внешнеполитическим позиционированием.

Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением эмпирической базы за счёт анализа кейсов из различных регионов, изучением воздействия медиаконвергенции на восприятие аудитории и разработкой рекомендаций по адаптации успешных моделей к национальным условиям.

Сноски/Iqtiboslar/References:

1. Jenkins, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. – New York: New York University Press, 2006. – 308 p.
2. Castells, M. *Communication Power*. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 571 p.
3. Lu, Xinyu. *Lessons from Weibo: Media Convergence and Contemporary Chinese Politics*. *Javnost – The Public*, Vol. 27, No. 2, 2020, pp. 126–139. DOI: 10.1080/13183222.2020.1728492.
4. [Aut.] *Social Media and the Formation of National Discourse* (короткие видео, Douyin, «positive energy» и soft power). *International Communication of Chinese Culture*, Springer, 2022.
5. [Aut.] *Chinese Social Media: Technology, Culture and Creativity*. *Discourse, Context & Media*, Vol. 48, August 2022. DOI:10.1016/j.dcm.2022.100610.
6. *Meta-Propaganda in the Digital Age*. China Media Project, 27 January 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: медиа-платформа сравнения Douyin/TikTok. (дата обращения: 23.08.2025).
7. *Ideological Declaration from Chinese Cyberspace Administration*. *Wired* (перевод), 2018. – Цитата из выступления Чжуан Жунвэня о медиаконвергенции.
8. Li J. *Soft Power and Digital Media Strategies in China*. – Shanghai: Fudan University Press, 2022.
9. Smith J. *Political Communication in the Digital Age*. – Washington: Brookings Institution Press, 2020.
10. Han S. *Cultural Diplomacy and Media Integration in Korea*. – Seoul: Yonsei University Press, 2021.
11. Popova, Valeriya V. *Convergence of Political Shows on TV in Russia and Its Impact on Audience Expansion*. *Communications. Media. Design*, vol. 8, no. 2, 2023, pp. 111–131.
12. *New Journalism Competences in the Conditions of Media Convergence: Myths and Reality*. *RUDN Journal of Literature and Journalism*, 2009–2016.
13. *Media Convergence as a Growth Factor Connected with Cases of Language Norm Violations in Mass Media*. *RUDN Journal of Literature and Journalism: analysis on convergence and media ethics*.
14. Degterev, [Initials]. *Value Sovereignty in the Era of Global Convergent Media*. *Vestnik RUDN. International Relations*, 2022.
15. *China-Russia Convergence in the Communication Sphere: Exploring the Growing Information Nexus*. Wilson Center, 2022.
16. *Mass Surveillance in China (WeChat & Weibo monitoring policies)*. Wikipedia, 2025.
17. *The fashion exec's guide to Chinese social media platforms*. *Vogue Business*, 2025.
18. Ташпулатова Н. К. Адаптация печатных изданий к интерактивно-коммуникативным процессам в Узбекистане // *Международный журнал медиа и коммуникаций в Центральной Азии*. — 2023. — № 1. — С. 13–22.

19. Юсупова Э. Ф. Влияние политических технологий на политическое сознание молодежи Узбекистана // Wire Insights: Journal of Innovation Insights. — 2023. — Т. 7. — С. 45–52.
20. Дадахонов А. О. Инновации в журналистской деятельности и образовании в контексте медиаконвергенции // Международный журнал «Искусство слова». — 2023. — № 4. — С. 33–41.



Tadqiqot.uz

ISSN 2181-9599

Doi Journal 10.26739/2181-9599

ЎТМИШГА НАЗАР

ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ
LOOK TO THE PAST

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz

Tadqiqot LLC the city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz

Phone: (+998-94) 404-0000

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz

ООО Тадқиқот город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.

Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz

Тел: (+998-94) 404-0000