

## ■ ■ ■ Трансформация медиасистем постсоветских республик Центральной Азии

**Ризоев Ш.Х.**

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** Медиапространство Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана в контексте глобализации и цифровизации информационных потоков изменяется общими паттернами развития, сталкиваясь при этом с похожими вызовами. Политическая целесообразность вынуждает власти стран вести поиск оптимальной модели медиасистемы, учитывающей баланс в обеспечении демократических свобод и установления достаточного контроля над информационным пространством для поддержания стабильности политического режима. Предпринимается попытка дать лаконичное, но комплексное описание состояния системы СМИ и способов её регулирования в каждой из стран региона, представлены данные о характере информационного присутствия региональных и глобальных держав. В статье также содержится анализ национальных рынков СМИ и их основных секторов – прессы, телерадиовещания, рекламы, телекоммуникационной сферы, сетевых медиа. Представлены количественные и качественные характеристики медиасистем государств постсоветской Центральной Азии, данные о характере медийного присутствия региональных и глобальных держав.

Ключевые слова: Центральная Азия, Средняя Азия, медиасистема, медиарынок, онлайн-СМИ, цифровизация, государственная власть, политическая коммуникация

*Для цитирования:* Ризоев Ш.Х. Трансформация медиасистем постсоветских республик Центральной Азии // Коммуникология. 2025. Том 13. № 1. С. 69-83. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-1-69-83.

Сведения об авторе: Ризоев Шамсиддин Хуршедович – старший преподаватель Факультета журналистики РАНХиГС. *ORCID:* 0000-0002-7770-6445. *E-mail:* rizoiev-sk@gaopera.ru. *Адрес:* 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 82.

*Статья поступила в редакцию:* 30.12.2024. *Принята к печати:* 02.03.2025.

**Введение.** Научных работ, направленных на изучение медиаполитики стран постсоветской Центральной Азии – республик Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан и Туркменистан, становится всё больше. Этот тренд обеспечивается, с одной стороны, усилением региональных интеграционных процессов, с другой – ростом значения медиа в системе международных политических отношений. Несмотря на различные географические, демографические и социально-экономические параметры, среднеазиатские государства типоло-

Конфликт интересов: отсутствует.

гически подходят под описание категории малых держав. Некоторые эксперты относят к малым государствам с населением до 30 миллионов человек. Подход, выработанный школой политического реализма [Knudsen 2002], рассматривает физические характеристики малых государств в качестве основополагающих параметров. В большинстве определений под «малостью» понимается ограниченность ресурсов и возможностей, среди других переменных указывают численность населения, площадь территории, размер экономики, боеспособность вооруженных сил и другие количественные данные [Rickli, Almezaini 2016: 2]. В условиях ограниченности ресурсов и давления внешнеполитических сил одним из инструментов достижения внутри- и внешнеполитического баланса малых стран выступает коммуникация: в отношениях с соседними государствами как способ осуществления политики примыкания, балансирования и хеджирования, во внутренней – достижения стабилизации политической системы и её последовательного развития. Медиа-система в этой связи может рассматриваться как важнейший механизм осуществления политической коммуникации.

**Методология.** Существует множество смежных с медиа-системой понятий, таких как «медиапространство», «медиасреда», «медиа-сфера», расширяющих коннотативное значение термина и вместе с тем описывающих динамику информационного поля [Дзялошинский 2013]. Изучение медиа-системы через призму социально-политического контекста принято связывать с классической работой американских социологов «Четыре теории прессы» [Сиберт и др. 1998], в которой прослеживается зависимость модели журналистики от характера политической системы – её идеологического обоснования. Характер развития медиа-системы может быть выявлен и через анализ социально-политического контекста: определения модели журналистики в зависимости от свойств политической системы государства и главенствующей в нем идеологии. При анализе медиа-систем постсоветских республик Центральной Азии необходимо учитывать их историческое прошлое – они входили в структуру единой советской системы печати и телерадиовещания [Вартанова 2018].

Продуктивной является методология Д. Халлина и П. Манчини, предложивших исследование медиа-систем по ряду параметров, главным среди которых является медиарынок. Ещё одним важным аспектом анализа медиа-системы выступает природа отношений СМИ с политическими субъектами – политический параллелизм, который понимается как степень репрезентации дискурса политических акторов в массмедиа. Свойства медиа-системы определяются и осуществлением государственного контроля в производстве новостей в виде регулирования, введения ограничений или прямого вмешательства [Hallin, Mancini 2012: 21]. К значимым факторам обособляющим национальную модель СМИ относятся культурная и языковая идентичность, преобладание местной информационной повестки, последовательная цифровизация традиционных СМИ на национальном языке [Дементьева 2024: 270-271].

**Результаты.** Система СМИ региона в советский период являлась выразителем мнения коммунистической партии, представляла собой единое целое с другими институтами государственной власти, выполняла функции «обличения» политических фигур, использовалось преимущественно как инструмент агитации и пропаганды [Сиберт и др. 1998: 179]. После обретения независимости СМИ Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана и Узбекистана получили возможность действовать в условиях отмены государственной цензуры. В первые годы правительства молодых республик были сосредоточены на легитимации своих политических режимов и укреплении власти, поэтому этот период обозначился либерализацией журналистики и, как следствие, резко возросло количество частных СМИ. После обретения политическими режимами устойчивости в конце 1990-х гг., СМИ стали объектом внимания властных элит [Cengiz 2016]. Развитие национальных медиасистем происходило и в новых социально-экономических условиях: перед журналистскими коллективами возникла необходимость самостоятельно обеспечивать финансовую устойчивость медиапредприятий. Независимые общественно-политические медиа, как правило, ориентировались на рынок, однако в производстве новостей не ослабевало и влияние властей, что в итоге привело к последовательному росту политического параллелизма в негосударственном медийном секторе [Hallin, Mancini 2012: 21].

Общей особенностью медиасистем стран постсоветской Центральной Азии является преимущественно билингвальный характер производимого журналистами контента. В формировании общественно-политического дискурса наряду с национальными языками республик, широко используется и русский язык. С одной стороны, такая специфика работы связана с ожиданиями целевой аудитории, а с другой – использование русского языка позволяет выйти на внешние информационные рубежи [Шабдан 2022]. Стоит отметить, что русский язык обладает официальным статусом в Казахстане<sup>1</sup> и Кыргызстане<sup>2</sup>, признан языком межнационального общения в Таджикистане<sup>3</sup>. В Узбекистане и Туркменистане несмотря на неопределённый статус, русский язык используется в медиа и в системе образования. Далее будет представлено актуальное состояние медиасистемы каждой из стран.

*Республика Казахстан* – государство в Центральной Азии, граничащее на севере и западе с Российской Федерацией, на востоке – с Китаем, на юге – с Кыргызстаном, Узбекистаном и Туркменистаном. Численность населения по данным на 2024 г. составила 20 159 707 человек. Уровень урбанизации достиг 62,7% –

---

<sup>1</sup> Конституция Республики Казахстана, ст. 7 [эл. ресурс]: [https://www.akorda.kz/ru/official\\_documents/constitution](https://www.akorda.kz/ru/official_documents/constitution) (дата обращения: 29.08.2024).

<sup>2</sup> Конституция Республики Кыргызстан ст. 13 [эл. ресурс]: <https://www.gov.kg/ru/p/constitution> (дата обращения 29.08.2024).

<sup>3</sup> Конституция Республики Таджикистан ст. 2 [эл. ресурс]: <https://www.mfa.tj/ru/main/tadzhikistan/konstitutsiya> (дата обращения 29.08.2024).

более 12, 6 млн чел.<sup>1</sup>. В 2024 году в Казахстане было подключено порядка 26,24 млн клиентов сотовой связи, насчитывалось 18.19 млн интернет-абонентов, 14,10 млн из которых являются пользователями социальных сетей<sup>2</sup>. Основным источником доходов масс-медиа в Казахстане является реклама, рынок которой по данным на 2023 год превысил 226 млн долл. США, а в 1–3 кварталах 2024 года составил порядка 170 млн долл. США, что на 16% больше по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Последовательно растёт доля Интернета на рынке рекламы – она составляет 42,7% от общего объёма, второе место занимает телевидение – 26,3%, значительно превышает доля наружной рекламы по сравнению с радио и прессой – 12,5% против 2,5% и 0,6% соответственно. Это объясняется в том числе и технологическим фактором – внедрением цифровых панелей и медиафасадов<sup>3</sup>.

Количество зарегистрированных СМИ на февраль 2025 года составило 4823 наименований<sup>4</sup> (таблица 1). Цифровым эфирным телерадиовещанием охвачено 92,66% населения страны<sup>5</sup>. Наиболее известными новостными онлайн-медиа являются: Nur.kz, Zakon.kz, Tengrinews (Kaznews), Inbusiness.kz, Forbes.kz и др. [Тайгарина 2020]. Ведущим информационным агентством в республике является государственное «МИА Kazinform», которое является источником официальной информации о работе государственной власти. Материалы агентства распространяются на официальных – казахском и русском, узбекском, английском, и китайском языках. Корреспондентские пункты Kazinform расположены в Европе, Азербайджане, Кыргызстане, Узбекистане, России, Турции, Китае, Иордании, а также в странах Европы<sup>6</sup>. Постановкой на учет периодических печатных изданий, информационных агентств и сетевых изданий занимается Министерство культуры и информации республики.

По данным Министерства иностранных дел в республике на январь 2025 года было аккредитовано 164 журналиста, представляющих 37 СМИ из 13 стран

---

<sup>1</sup> Урбанизация: переедут ли все жители аулов Казахстана в крупные города [эл. ресурс]: <https://www.zakon.kz/stati/6446667-urbanizatsiya-pereedut-li-vse-zhiteli-aulov-kazakhstan-a-v-krupnye-goroda.html/> (дата обращения 29.12.2024).

<sup>2</sup> Digital 2024: Kazakhstan [эл. ресурс]: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>3</sup> По данным Центрально-Азиатской Рекламной Ассоциации [эл. ресурс]: <https://aasa.com.kz/advertising> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>4</sup> Комитет информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан [эл. ресурс]: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/press/article/details/197677> (дата обращения: 21.03.2025)

<sup>5</sup> По данным Комитета информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан [эл. ресурс]: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/press/article/details/59221?lang=ru/> (дата обращения: 2.03.2025)

<sup>6</sup> Об агентстве // Международное информационное агентство Казинформ [эл. ресурс]: <https://www.inform.kz/about/> (дата обращения: 2.03.2025).

(в т.ч. Азербайджан – 3; Великобритания – 3; Германия – 4; Иран – 1; Испания – 1; Китай – 6; Кыргызстан – 1; Россия – 6; США – 6; Турция – 2; Франция – 2; Чехия – 1; Япония – 1)<sup>1</sup>.

*Республика Узбекистан* – государство в Центральной Азии, соседями которого являются все страны региона: на востоке – Кыргызстан, на северо-востоке, севере и северо-западе Казахстан, на западе и юго-западе Туркменистан, на юге – Афганистан, на юго-востоке – Таджикистан. Численность постоянного населения Республики Узбекистан в 2025 году составила 37,5 млн чел.<sup>2</sup>, городского населения – 18,7 млн чел.<sup>3</sup> По состоянию на 1 января 2024 года количество абонентов мобильной радиотелефонной связи составило 34,2 млн чел. Количество интернет-пользователей превысило 31 млн чел., блогеров – 1200<sup>4</sup>. Объем рекламного рынка оценивается приблизительно в 34 млн долл. США<sup>5</sup>.

В последние 8 лет в республике заметно сокращается количества газет и радиостанций, не выдерживающих конкуренции с интернет-журналистикой. Количество онлайн-медиа в 2025 году достигло 738<sup>6</sup>. Большинство печатных изданий поддерживались государственными субсидиями, переход на цифровые технологии обусловил снижение затрат на производство газет, ускорил передачу информации, в связи с чем дальнейшее финансирование бумажных изданий оказалось нецелесообразным. Вместе с тем наблюдается устойчивый рост журнальной продукции и телевизионных каналов. Общая численность всех СМИ республики на 2024 году составила 2349 наименований (таблица 1)<sup>7</sup>. В системе национальной телерадиокомпании Республики Узбекистан функционируют 15 общенаци-

---

<sup>1</sup> Список корреспондентов иностранных СМИ, аккредитованных при МИД РК (на постоянной основе) [эл. ресурс]: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa/documents/details/541541?lang=ru> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>2</sup> Численность постоянного населения Республики Узбекистан [эл. ресурс]: <https://www.stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/60426-o-zbekiston-respublikasining-doimiy-aholisi-soni-2/> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>3</sup> Численность постоянного населения (город) [эл. ресурс]: [https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx\\_data\\_248.pdf](https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_248.pdf) (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>4</sup> Сколько абонентов мобильной связи в Узбекистане? [эл. ресурс]: <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/50336-o-zbekistonda-mobil-aloqa-abonentlari-soni-qancha-2> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>5</sup> Рекламный рынок Узбекистана: инвестиции и драйверы медиа в 2024-2025 годах [эл. ресурс]: <https://kapital.uz/reklamnyj-rynok-uzbekistana-v-2024-2025-godah/> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>6</sup> Государственный реестр веб-сайтов, зарегистрированных в качестве средств массовой информации, действующих в Республике Узбекистан [эл. ресурс]: <https://data.egov.uz/rus/data/6163d6d1ec71c8d0843839bf> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>7</sup> Не выдерживают конкуренции. С 2016 года количество газет в Узбекистане сократилось на 15% [эл. ресурс]: <https://www.gazeta.uz/ru/2024/10/25/media/> (дата обращения: 2.03.2025).

ональных и 12 частных телеканалов [Назаралиев 2023]. Главное государственное информационное агентство – УзА освещает деятельность государственных органов Республики Узбекистан, обладает широкой корреспондентской сетью по всей стране, производит информационные материалы на 8 языках<sup>1</sup>. Ведущей телекорпорацией является государственная Национальная телерадиокомпания, в состав которой входят телеканалы СТuzbekiston, столичный – Toshkent, Sport, молодежный – Yoshlar, историко-познавательный – O‘zbekiston tarixi, социально-информационный – Mahalla, детский – Bolajon, семейны – Oilaviy, специализированный – Kinoteatr [Эрназаров и др. 2020]. Функции управления над информационными процессами возложены на Агентство информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан<sup>2</sup>. По состоянию на 1 ноября 2024 года в республике аккредитованы 54 журналиста 32 медиакомпаний из 14 иностранных государств (в т.ч. Афганистан – 1; Азербайджан – 1; Великобритания – 3; Германия – 1; Иран – 1; Казахстан – 5; Китай – 3; Кыргызстан – 2; Пакистан – 1; Россия – 7; США – 2; Таджикистан – 1; Турция – 2; Франция – 2)<sup>3</sup>.

*Республика Таджикистан* – государство в Центральной Азии, граничащее на севере с Кыргызстаном, на северо-западе и западе – с Узбекистаном, на востоке – с Китаем, на юге – с Афганистаном. Численность населения в 2024 составила порядка 10,3 млн чел., проживают в городах 2,97 млн чел<sup>4</sup>. Количество подключенных к мобильной связи составило порядка 8 млн., пользователей к сети Интернет – 4,5 млн чел.<sup>5</sup> Более полутора миллионов граждан являются пользователями социальных сетей<sup>6</sup>. Объем рекламного в Таджикистане составляет около 10,1 млн долл. США<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> Об УзА // Национальное информационное агентство Узбекистана [эл. ресурс]: <https://uza.uz/ru/pages/ob-uza> (дата обращения: 6.03.2025).

<sup>2</sup> Положение об Агентстве информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан [эл. ресурс]: <https://aoka.uz/ru/category/9> (дата обращения: 18.02.2025).

<sup>3</sup> Список корреспондентов зарубежных средств массовой информации, аккредитованных при Министерстве иностранных дел РУ [эл. ресурс]: <https://gov.uz/ru/mfa/sections/view/34352> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>4</sup> Численность населения Республики Таджикистан на 1 января 2024 года [эл. ресурс]: <https://www.stat.tj/wp-content/uploads/2024/09/machmuai-shumorai-aholi-to-1.01.2024.pdf> (дата обращения: 18.02.2025).

<sup>5</sup> Служба связи: «Для доступа к высокоскоростному Интернету в Таджикистане установлено 798 базовых станций» [эл. ресурс]: <https://khovar.tj/rus/2025/01/sluzhba-svyazi-dlya-dostupa-k-vysokoskorostnomu-internetu-v-tadzhikistane-ustanovleno-798-bazovyh-stantsij/> (дата обращения: 18.02.2025).

<sup>6</sup> Internet World Stats [эл. ресурс]: <https://www.internetworldstats.com/asia.htm#tj> (дата обращения: 22.12.2022).

<sup>7</sup> Как медиа в Таджикистане могут не зависеть от рекламы? [эл. ресурс]: <https://media.tj/kak-media-v-tadzhikistane-mogut-ne-zaviset-ot-reklamy/> (дата обращения: 12.02.2025).

По данным Министерства культуры страны, на 2024 год в стране зарегистрировано 179 газет и 154,6 информационных агентств: 5 частных и 1 государственное<sup>1</sup>, 33 телеканалов, 34 радиостанций, 14 продакшн студий<sup>2</sup> (таблица 1). Общенациональное вещание представлено государственными телеканалами: информационно-развлекательными – «ТВТ», «Сафина», круглосуточным информационно-аналитическим – «Ҷаҳоннамо», спортивным – «Варзиш», детским – «Баҳористон», специализированное – «Синамо»<sup>3</sup>. Лицензирование и контроль над электронными СМИ обеспечивает Комитет по телевидению и радиовещанию, печатные издания легализуются после регистрации в Министерстве культуры. Доля иностранного капитала для всех категорий СМИ, согласно законодательству Таджикистана, не может превышать 25%<sup>4</sup>.

Главное национальное информационное агентство «Ховар» имеет приоритетное право на получение официальных комментариев госслужащих, публикацию документов и распоряжений государственных структур страны [Ризоев 2024]. С 1997 года в республике начинается процесс создания традиционными СМИ своих новостных сайтов. Таким образом, по данным исследователей, на сегодня существует, по крайней мере, 23 онлайн медиа [Тухтаева 2024]. Надзор за деятельностью Интернет-сайтов осуществляет Служба связи при правительстве республики, которая имеет полномочия досудебной блокировки интернет-ресурсов. По состоянию на 2025 год в республике аккредитованы 18 медиакомпаний из 8 иностранных государств (в т.ч. Великобритания – 3; Иран – 1; Китай – 1; Россия – 8; США – 2; Турция – 1; Франция – 1; Япония – 1)<sup>5</sup>.

*Республика Туркменистан* – государство в Центральной Азии. Имеет протяженную границу на юго-востоке с Афганистаном, на юге и юго-западе – с Ираном, на севере – с Казахстаном, на северо-востоке и востоке – с Узбекистаном. Население Туркменистана в 2022 году составило порядка 7,05 млн чел. Уровень урбанизации достиг 47% / 3,32 млн граждан<sup>6</sup>. К началу 2025 года в Туркменистане

<sup>1</sup> Отчёт Министерства культуры РТ по итогам работы на июль 2024 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vfarhang.tj/2024/07/22/нишастии-матбуот/> (дата обращения: 18.02.2025).

<sup>2</sup> Отчёт Комитета по телерадиовещанию РТ по итогам работы на июль 2024 г. [эл. ресурс]: <https://tvb.tj/2024/07/23/нишастии-матбуотии-кумита/> (дата обращения: 12.02.2025).

<sup>3</sup> Телевизиони Тоҷикистон [эл. ресурс]: <https://tvt.tj/> (дата обращения: 12.02.2025).

<sup>4</sup> Закон Республики Таджикистан «О периодической печати и других средствах массовой информации» Текст закона [эл. ресурс]: <https://mfa.tj/ru/main/view/67/zakon-respubliki-tadzhikistan-o-periodicheskoi-pechati-i-drugikh-sredstvakh-massovoi-informatsii> (дата обращения 2.03.2025).

<sup>5</sup> Данные были предоставлены автору Управлением информации и печати МИД Республики Таджикистана в результате письменного запроса 03.03.2025 года.

<sup>6</sup> Государственный комитет Туркменистана по статистике [эл. ресурс]: <https://www.stat.gov.tm/ru/population-census/> (дата обращения: 5.03.2025)

было зафиксировано 5,14 млн подключений к мобильной связи. В этот же период интернетом пользовались 2,64 млн чел. К январю 2025 года в стране насчитывалось 242 тыс. пользователей социальных сетей, что составляет около 3,2% от общей численности населения<sup>1</sup>. Согласно данным Туркменской государственной издательской службы, в республике выпускаются 27 газет и 28 журналов<sup>2</sup> преимущественно в электронном формате. Логика цифровизации прессы обусловлена экономией ресурсов, в частности – бумаги, и избежания дублирования одной и той же информации в разных изданиях<sup>3</sup>. Госсектор медиа также представлен информационным агентством «Туркменистан сегодня»<sup>4</sup> – агрегатором официальной информации о деятельности государственных органов республики, семью государственными эфирными телеканалами<sup>5</sup> и четырьмя радиостанциями<sup>6</sup>. Количество актуально действующих частных онлайн медиа в Туркменистане достигло четырех: [infoabad.com](http://infoabad.com), [ussatnews.com](http://ussatnews.com), [orient.tm](http://orient.tm)<sup>7</sup>, [business.com.tm](http://business.com.tm). Все упомянутые интернет-СМИ содержат контактные данные – адреса электронных почт, номера телефонов, расположение редакций в г. Ашхабад. Другие упомянутые в научных работах онлайн медиа либо зарегистрированы не в Туркменистане, либо как масс-медиа уже не функционируют<sup>8</sup>. В сегменте качественных СМИ центральное место занимает деловой портал «Бизнес Туркменистан»<sup>9</sup>, публикующее новости о котировках Государственной товарной и сырьевой биржи Туркменистана, тендерах, ключевых экономических и финансовых событиях на туркменском, русском и английском языках.

---

<sup>1</sup> The “state of digital” in Turkmenistan in 2025 [эл. ресурс]: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkmenistan> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>2</sup> Туркменская государственная издательская служба [эл. ресурс]: <https://metbugat.gov.tm/ru/> (дата обращения: 5.03.2025)

<sup>3</sup> В Туркмении объединят печатные издания для экономии бумаги [эл. ресурс]: <https://www.interfax.ru/world/739012> (дата обращения: 5.03.2025)

<sup>4</sup> Государственное информационное агентство Туркменистана (TDH) – Туркменистан сегодня. Stats [эл. ресурс]: <https://tdh.gov.tm/ru> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>5</sup> Телевидение Туркменистана [эл. ресурс]: <https://turkmentv.gov.tm/> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>6</sup> Радио Туркменистана [эл. ресурс]: <https://www.telecom.tm/ru/radio/> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>7</sup> Медиагруппа, в состав которой входит одноименный новостной интернет-портал, продакшн-студия и частное информационное агентство «Медиа-Туркмен» [эл. ресурс]: <https://orient.tm/ru/new/o-nas> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>8</sup> См: Пурджаева Д., Ягишев В. (2023). Развитие интернет-журналистики в Туркменистане // *Ео ipso*. № 3. С. 70-71; Ахмедов Х., Разуваева Т. А. (2021). Онлайн-медиа в Туркменистане // *Межкультурная коммуникация в современном мире: Сбор. Науч. статей по материалам IX Межд. научно-практической конференции иностранных студентов. Пензенский государственный университет*. С. 14-17.

<sup>9</sup> О проекте // Бизнес Туркменистан [эл. ресурс]: <https://business.com.tm/ru/information/2/aboutus> (дата обращения: 5.03.2025).

Согласно данным Туркменской государственной издательской службы, в республике выпускаются 27 газет и 28 журналов<sup>1</sup> преимущественно в электронном формате. Логика цифровизации прессы обусловлена экономией ресурсов, в частности – бумаги, и избежания дублирования одной и той же информации в разных изданиях<sup>2</sup>. Госсектор медиа также представлен информационным агентством «Туркменистан сегодня»<sup>3</sup> – агрегатором официальной информации о деятельности государственных органов республики, восемью государственными эфирными телеканалами<sup>4</sup> и четырьмя радиостанциями (таблица 1)<sup>5</sup>. В сегменте качественных СМИ центральное место занимает деловой портал «Бизнес Туркменистан»<sup>6</sup>, публикующее новости о котировках Государственной товарной и сырьевой биржи Туркменистана, тендерах, ключевых экономических и финансовых событиях на туркменском, русском и английском языках.

По состоянию на 1 ноября 2024 года в республике аккредитованы 56 журналиста, работающих в 32 СМИ из 14 иностранных государств (в т.ч. Австрия – 2; Азербайджан – 5; Армения – 2; Бельгия – 1; Великобритания – 1; Грузия – 2; Индия – 1; Казахстан – 2; Китай – 3; Пакистан – 1; Россия – 8; США – 1; Турция – 2; Франция – 1)<sup>7</sup>. Контроль в области связи, Интернет-пространства республики и телерадиовещания осуществляет Агентство «Туркменарагатнашк»<sup>8</sup>.

**Обсуждение.** Рассуждая о характере трансформации медиасистем стран постсоветской Центральной Азии, необходимо обратить внимание на особенность политических режимов. Во всех странах сложились устойчивые централизованные президенталистские системы власти, где большое внимание уделяется многоаспектному контролю над информационным пространством. Наличие в каждой из стран двух и более государственных ведомств, регулирующих печать, телерадиовещание и сферу информационно-коммуникативных технологий – тому свидетельство.

---

<sup>1</sup> Туркменская государственная издательская служба [эл. ресурс]: <https://metbugat.gov.tm/ru/> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>2</sup> В Туркмении объединят печатные издания для экономии бумаги [эл. ресурс]: <https://www.interfax.ru/world/739012> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>3</sup> Государственное информационное агентство Туркменистана (TDH) – Туркменистан сегодня. Stats [эл. ресурс]: <https://tdh.gov.tm/ru> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>4</sup> Телевидение Туркменистана [эл. ресурс]: <https://turkmentv.gov.tm/> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>5</sup> Радио Туркменистана [эл. ресурс]: <https://www.telecom.tm/ru/radio/> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>6</sup> О проекте // Бизнес Туркменистан [эл. ресурс]: <https://business.com.tm/ru/information/2/aboutus> (дата обращения: 5.03.2025)

<sup>7</sup> Список корреспондентов зарубежных СМИ, аккредитованных при МИД Туркменистана [эл. ресурс]: <https://www.mfa.gov.tm/ru/articles/686?breadcrumbs=no> (дата обращения: 5.03.2025).

<sup>8</sup> Об агентстве [эл. ресурс]: <https://mincom.gov.tm/ru/about/> (дата обращения: 5.03.2025).

**Таблица 1.** СМИ постсоветских республик Центральной Азии (Февраль 2025 ) / Mass media of the post-soviet states of Central Asia (Feb. 2025)

СМИ	Казахстан	Кыргызстан	Узбекистан	Таджикистан	Туркменистан
Газеты	1923	92	600	179	27
Журналы	1061	50	866	154	28
Телеканалы	235	31	89	53	8
Радиостанции	96	24	29	34	4
Информ. агентства	649 <sup>1</sup>	2	6	6	2
Онлайн медиа	554	34	738	23	4
Бюллетени	-	-	21	-	-
Продакшн-студии	-	-	-	14	1
<i>Зарубежные теле- и радиокорпораций</i> <sup>2</sup>	305	-	190 <sup>3</sup>	-	-
<i>Аккредитованные МИД иностранные СМИ</i> <sup>4</sup>	37	29	32	18	32
<b>Всего</b> <sup>5</sup>	<b>4860</b>	<b>272</b>	<b>2571</b>	<b>481</b>	<b>106</b>

<sup>1</sup> Такое невероятное количество информационных агентств в Казахстане объясняется особенностью регистрации СМИ: согласно ответу Министра информации и общественного развития РК от 26 августа 2021 года на вопрос от 21 августа 2021 года № 701776, при постановке на учет или переручет периодических печатных изданий, информационных агентств и сетевых изданий в наименовании СМИ применение слов «информационное агентство» не регламентировано. Это означает, что зарегистрированное юридическое лицо, не называющееся информационным агентством, вправе получить свидетельство о постановке на учет информационного агентства, см. [эл. ресурс]: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=33073048&pos=5;-90#pos=5;-90&sel\\_link=1007467831](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33073048&pos=5;-90#pos=5;-90&sel_link=1007467831) (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>2</sup> Зарубежные теле- и радиокорпорации, осуществляющие вещание на территории Казахстана, учтены при составлении статистики СМИ, функционирующих в республике, при этом в эти статистические данные не включены СМИ, аккредитованные МИД.

<sup>3</sup> Список иностранных телеканалов, распространяемых на территории Республики Узбекистан [эл. ресурс]: <https://aoka.uz/ru/category/32> (дата обращения: 2.03.2025).

<sup>4</sup> В официальный список медиа республики Узбекистан зарубежные вещатели и СМИ, аккредитованные при МИД Республики не вошли. Республики Кыргызстан, Таджикистан и Туркменистан также не включают представительства иностранных медиакомпаний в перечень СМИ своих стран.

<sup>5</sup> В графе приведено общее количество масс-медиа: как национальных, так и иностранных.

Значительное количество частных масс-медиа, в том числе зарубежных, указывает и на способность политических властей региона удерживать медийный плюрализм, несмотря на систематические вызовы в информационной среде, например – радикализацию политического дискурса. Так, только в одном Казахстане за 2024 год было наложено ограничение на распространение 26 500 – интернет-ресурсов и ссылок, 928 из которых – за пропаганду терроризма и экстремизма<sup>1</sup>. В этой связи можно предположить, что медиaprостранство стран региона сохраняет относительный баланс в соблюдении уровня гражданских свобод и степенью контроля институтами государственной власти независимых медиа [Муратова 2023]. Количественное превосходство российских СМИ в медиасистемах региона объясняется как культурными факторами – распространённостью русского языка и как следствие – востребованностью русскоязычного контента у местной аудитории, так и политико-экономическими факторами: интенсивным характером взаимодействия со странами Центральной Азии как на уровне двусторонних отношений, так и в составе наднациональных интеграционных проектов – СНГ, ШОС, ОДКБ, ЕАЭС.

СМИ региона действительно являются механизмом легитимации действий властей и вместе с тем фактором стабильности политических систем и сохранения общественного порядка [Салимов 2023]. В медиасистеме всех пяти стран можно обнаружить общую характеристику – доминирование государственных телеканалов в системе общенационального вещания, эксклюзивный доступ государственных информационных агентств к политической и общественно-значимой информации, источником которой являются государственные структуры, устойчивое положение государственной печати и онлайн ресурсов в сравнении с частным сектором медиасистемы. Цифровизация каналов коммуникации упростила доступ к медийной и общественно-значимой информации, усилила позиции государственных медиа, изменила характер медиапотребления: аудитория стран региона научилась получать информацию из разных типов медиа. Вместе с тем цифровизация, усугубила положение печати – во всех странах региона наблюдается кризис газетной индустрии. Вслед за аудиторией значительное расширяют свое присутствие в сетевом пространстве и государственные органы. Примеру Туркменистана – цифровизации всей государственной прессы – в обозримом будущем могут последовать и остальные страны региона. Тренд сокращения расходов на производство печатной продукции наблюдается в Узбекистане.

На протяжении последних десятилетий в постсоветских республиках Центральной Азии регулирование информационно-коммуникационной среды осуществляется в соответствии национальными концепциями информационной безопасности. По мере сокращения цифрового неравенства, усиливается конкурен-

---

<sup>1</sup> По данным Министерства информации и общественного развития Казахстана [эл. ресурс]: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities/145?lang=ru/> (дата обращения: 2.03.2025).

ция между социальными сетями, мессенджерами и онлайн-медиа за внимание аудитории. Однако данная тенденция таит в себе риски некритического восприятия новостей массовой аудиторией [Nurumov et al. 2021]. Необходимо сосредоточиться на устранении цифрового неравенства, особенно между городскими и сельскими районами. Улучшение услуг электронного правительства в некоторых государствах региона обеспечит большую прозрачность государственных услуг и повысит цифровую грамотность населения [Muratbekova 2024].

**Выводы.** В статье представлены количественные и качественные характеристики медиасистем постсоветских республик Центральной Азии, положение глобальных и региональных иностранных СМИ, дан обзор состоянию рекламного рынка. Цифровизация оказала серьезное влияние на медиасистемы, сделав доступной политическую информацию для широких масс и как следствие – привела к усилению влияния субъектов, не входящих структуры действующей политической системы.

Использование потенциала новых медиа ускорило производство и распространение политической информации. Система трансляции политических сообщений приобрела большую адресность: истории и события, оказавшиеся на периферии выбора редакторов, достигают своего читателя, например через социальные сети. Это обстоятельство – аккумуляирование тем и новостей, позволяет приравнять социальные сети в своеобразных модераторов политического дискурса.

Экономический фактор трансформации медиасистем выразился в существенном снижении затрат на производство и распространение информации. Традиционные информационные агентства столкнулись с конкуренцией со онлайн медиа, которые не обязательно разделяют нормы и этику журналистской работы. Это привело к ослаблению монополии традиционных СМИ: право определять на какие темы и ньюсмейкеров обратить внимание аудитории. Исключением является медиасистема республики Туркменистан, в которой прослеживается тотальный контроль информационного поля и господство государственных медиа.

## Источники

Айтмурзаев Н.Т. (2017). Средства массовой информации в современной политике (на материалах Республики Кыргызстан) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. № 3. С. 101-105. DOI: 10.18384/2310-676X-2017-3-101-105.

Ахмедов Х., Разуваева Т. А. (2021). Онлайн-медиа в Туркменистане // Межкультурная коммуникация в современном мире: Сбор. Науч. статей по материалам IX Межд. научно-практической конференции иностранных студентов. Пензенский государственный университет. С. 14-17. EDN MCQJSF.

Дементьева К.В. (2024). Системные, структурные, организационные и типологические особенности формирования региональных моделей СМИ: дисс. ... д-ра филолог. наук. Москва.

Дзялошинский И.М. (2013). Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: АПК и ППРО.

Вартанова Е.Л. (2018). От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом // Коммуникации. Медиа. Дизайн. Т. 3. № 2. С. 5-16.

Муратова Н.Ф. (2023). Масс-медиа Центральной Азии: между свободой слова и новыми формами цензуры // Международный журнал медиа и коммуникаций в Центральной Азии. № 1. С. 24-30. DOI: 10.62499/ijmcc.vi1.7.

Назаралиев Б.И. (2023). Роль телевидения в росте политической культуры граждан Республики Узбекистан // Вопросы политологии. Т. 13. № 11-1(99). С. 5651-5662. DOI: 10.35775/PSI.2023.99-1.11-1.004.

Пурджаева Д., Ягшиев В. (2023). Развитие интернет-журналистики в Туркменистане // *Ео ipso*. № 3. С. 70-71. EDN EYAFGU.

Ризоев Ш.Х. (2024). Медиа в системе политической коммуникации современного Таджикистана // Коммуникология. Том 12 № 4. С. 28-40. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-4-28-40.

Салимов Д.М. (2023). Публичная политика и сетевые СМИ в среднеазиатских странах: от взаимодействия до государственного контроля // Южно-российский журнал социальных наук. Т. 24. № 2. С. 78-94. DOI: 10.31429/26190567-24-2-78-94.

Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. (1998). Четыре теории прессы. М.: Вагриус.

Тайгарина Д. (2022). Тенденции развития новостных интернет-изданий в Республике Казахстан // Коммуникации. Медиа. Дизайн. Т. 7. № 2. С. 46-66. EDN ELIXHD.

Тухтаева М.М. (2024). Исследование процесса перехода сми Таджикистана и влияния на аудиторию через социальные сети // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Серия гуманитарно-общественных наук. №1(78). С. 284-294. DOI: 10.24412/2077-4990-2024-178-284-294 (на тадж. яз.).

Шабдан Б. (2022). Билингвальный аспект в этнической журналистике стран Центральной Азии // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. Т. 2. № 1-2. С. 4-11. DOI: 10.24334/KBSU.2022.2.1.002.

Эрназаров К.Т., Ирназаров Ш.К., Войтик Е.А. (2020). Формирование современной национальной модели журналистики Узбекистана // Гуманитарный вектор. Т. 15. № С. 134-143. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-134-143.

Cengiz G. (2016). Post-Soviet Politicized Media and Free Press within the Context of Central Asian Countries. *International Journal of Social Science and Humanity*. No. 6. P. 909-912. DOI: 10.18178/ijssh.2016.V6.771.

Hallin D., Mancini P. (2012). Comparing Media Systems beyond the Western World. Cambridge: Cambridge University Press.

Knudsen O. (2002). Small States, Latent and Extant: Towards a General Perspective. *Journal of International Relations and Development*. No. 5. P. 182-198.

Nurumov B. A., Brown M., Ibrayeva G. Zh., Myssayeva K. N. (2021). Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 3. P. 54-73. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.5473.

Muratbekova A. (2024). Digitalization in Central Asia: Progress and Potential. In: Akıllı E., Güneş B., Güner O. (eds) *Digital Diplomacy in the OSCE Region. Contributions to International Relations*. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-50966-7\_4.

Rickli J.-M., Almezaini K. (2016). Theories of small states' foreign and security policies and the Gulf States. In: *The Small Gulf States*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315619576.

## ■ ■ ■ Transformation of Media Systems in the Post-Soviet States of Central Asia

**Rizoev Sh.Kh.**

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

**Abstract.** The media space of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, and Uzbekistan in the context of globalization and digitalization of information flows is changing in accordance with common patterns of development, while facing similar challenges. Political expediency forces the authorities of these countries to search for an optimal model of the media system that takes into account the balance in ensuring democratic freedoms and establishing sufficient control over the information space to maintain the stability of the political regime. An attempt is made to give a concise but comprehensive description of the state of the media systems and the methods of regulation of these in each country of the region. The results of research provide the summarized data on local mass media as a whole and by sectors – press, television and radio broadcasting, advertising, telecommunications, and online media, and outlines the ratio of foreign media in each of the post-soviet countries. At the end, the author introduces quantitative and qualitative characteristics of the media systems of the post-soviet Central Asian states.

**Keywords:** Central Asia, Middle Asia, media system, media market, online media, digitalization, state power, political communication

*For citation:* Rizoev Sh.Kh. (2025). Transformation of media systems in the post-soviet states of Central Asia. *Communicology*. Vol. 13. No. 1. P. 69-83. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-1-69-83.

*Inf. about the author:* Rizoev Shamsiddin Khurshedovich – senior lecturer, Faculty of Journalism, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. *ORCID:* 0000-0002-7770-6445. *E-mail:* rizoev-sk@ranepa.ru. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 82.

*Received:* 30.12.2024. *Accepted:* 02.03.2025.

## References

Aitmurzaev N.T. (2017). Mass media in modern politics (based on the materials of the Kyrgyz Republic). *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: History and political sciences*. No. 3. P. 101-105. DOI: 10.18384/2310-676X-2017-3-101-105 (in Rus.).

Akhmedov H., Razuvaeva T. A. (2021). Online media in Turkmenistan. In: Intercultural communication in the modern world: materials of the IX Int. scientific and practical conference of foreign students. Penza State University. P. 14-17. EDN MCQJSF (in Rus.).

Cengiz G. (2016). Post-Soviet Politicized Media and Free Press within the Context of Central Asian Countries. *International Journal of Social Science and Humanity*. No. 6. P. 909-912. DOI: 10.18178/ijssh.2016.V6.771.

Dementeva K.V. (2024). Systemic, structural, organizational and typological features of the formation of regional media models: diss. thesis DSc (Philology). Moscow (in Rus.).

- Dzyaloshinsky I.M. (2013). Media space of Russia: communication strategies of social institutions. Moscow: APK and PPRO (in Rus.).
- Ernazarov K.T., Irnazarov Sh.K., Voitik E.A. (2020). Formation of a modern national model of journalism in Uzbekistan. *Humanitarian vector*. Vol. 15. No. P. 134-143. DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-134-143 (in Rus.).
- Hallin D., Mancini P. (2012). Comparing Media Systems beyond the Western World. Cambridge: Cambridge University Press.
- Knudsen O. (2002). Small States, Latent and Extant: Towards a General Perspective. *Journal of International Relations and Development*. No. 5. P. 182-198.
- Muratbekova A. (2024). Digitalization in Central Asia: Progress and Potential. In: Akıllı E., Güneş B., Güner O. (eds) Digital Diplomacy in the OSCE Region. Contributions to International Relations. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-50966-7\_4.
- Muratova N.F. (2023). Mass Media of Central Asia: Between Freedom of Speech and New Forms of Censorship. *International Journal of Media and Communications in Central Asia*. No. 1. P. 24-30. DOI: 10.62499/ijmcc.vi1.7 (in Rus.).
- Nazaraliev B.I. (2023). The Role of Television in the Growth of Political Culture of Citizens of the Republic of Uzbekistan. *Issues of Political Science*. Vol. 13. No. 11-1(99). P. 5651-5662. DOI: 10.35775/PSI.2023.99-1.11-1.004 (in Rus.).
- Nurumov B. A., Brown M., Ibrayeva G. Zh., Myssayeva K. N. (2021). Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 3. P. 54-73. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.5473.
- Purdzhaeva D., Yagshiev V. (2023). Development of Internet Journalism in Turkmenistan. *Eo ipso*. No. 3. P. 70-71. EDN EYAFGU (in Rus.).
- Rickli J.-M., Almezaini K. (2016). Theories of small states' foreign and security policies and the Gulf States. In: The Small Gulf States. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315619576.
- Rizoev Sh.Kh. (2024). Media in the System of Political Communication of Modern Tajikistan. *Communicology*. Vol. 12 No. 4. P. 28-40. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-4-28-40 (in Rus.).
- Salimov D.M. (2023). Public Policy and Online Media in Central Asian Countries: From Interaction to State Control. *South-Russian Journal of Social Sciences*. Vol. 24. No. 2. P. 78-94. DOI: 10.31429/26190567-24-2-78-94 (in Rus.).
- Shabdan B. (2022). Bilingual Aspect in Ethnic Journalism of Central Asian Countries. *Bulletin of the Kabardino-Balkarian State University: Journalism. Education. Literature*. Vol. 2. No. 1-2. P. 4-11. DOI: 10.24334/KBSU.2022.2.1.002 (in Rus.).
- Siebert F., Schramm U., Peterson T. (1998). Four Theories of the Press (transl.). Moscow: Vagrius (in Rus.).
- Taygarina D. (2022). Trends in the Development of Online News Publications in the Republic of Kazakhstan. *Communications. Media. Design*. Vol. 7. No. 2. P. 46-66. EDN ELIXHD (in Rus.).
- Tukhtaeva M.M. (2024). Study of the process of transition of the media in Tajikistan and influence on the audience through social networks. *Scientific notes of the Khujand State University named after academician B. Gafurov. Series of humanitarian and social sciences*. No. 1 (78). Pp. 284-294. DOI: 10.24412/2077-4990-2024-178-284-294 (in Tajik).
- Vartanova E.L. (2018). From press theories to media models: on the history of the emergence of comparative study of media systems abroad. *Communications. Media. Design*. Vol. 3. No. 2. P. 5-16 (in Rus.).