



РОЛЬ ЦИФРОВЫХ МЕДИА В ПРОДВИЖЕНИИ ННО В УЗБЕКИСТАНЕ

Сатторова Саргузаль Валишеровна

Студентка 4-курса УзГУМЯ Факультет Международный журналистики

Аннотация: Цифровые медиа представляют собой динамично развивающийся сектор, который охватывает различные формы коммуникации, включая интернет-контент, социальные сети, видео и аудио-платформы, а также мобильные и веб-приложения. В статье рассматривается влияние цифровых медиа на социальное взаимодействие и коммуникационные практики негосударственных некоммерческих организаций. В результате анализа выявляется, что цифровые технологии изменили способы производства, распространения и потребления контента, создавая новые возможности для социальной связи и политической мобилизации ННО. Особое внимание уделено воздействию социальных сетей, гражданской журналистике, а также рискам, связанным с цифровой зависимостью и дезинформацией. Заключение акцентирует внимание на необходимости развития цифровой грамотности и цифровой безопасности в деятельности ННО в условиях быстрого технологического прогресса.

Ключевые слова: Цифровые медиа, социальные сети, коммуникации, гражданская журналистика, цифровая зависимость, дезинформация, цифровая грамотность, общественное мнение, онлайн-культура.

Введение

Прежде всего, дадим определение понятию «цифровые медиа». Цифровая медиаиндустрия — это обширный и динамично развивающийся сектор, охватывающий различные формы коммуникации, включая интернет-



контент, социальные сети, видео и аудио-платформы, а также мобильные и веб-приложения. В последние десятилетия цифровые технологии значительно изменили способ производства, распространения и потребления медиаконтента. Этот процесс трансформирует как традиционные отрасли, так и повседневную жизнь людей, внося изменения в коммуникационные практики и влияние СМИ на общество.

В условиях стремительной цифровой трансформации доступ к цифровым медиа превратился в ключевой фактор для достижения успеха некоммерческими организациями (ННО). Цифровые платформы открывают перед ними широкие возможности для повышения узнаваемости, взаимодействия с аудиторией, сбора финансовых средств и отстаивания своих позиций. В Узбекистане, где ННО не всегда имеют равный доступ к традиционным средствам массовой информации, цифровые площадки выступают в качестве главного канала коммуникации.

Для того, чтобы быть на уровне современных требований, предъявляемым к пресс-службам ННО, необходимо ясно осознать, что интернет-пространство становится важным полем конкуренции различных пиар-подразделений республики. Развитие информационных технологий диктует способы и методы ведения современной информационной работы. Учитывая тот факт, что в настоящее время в Узбекистане количество пользователей Интернета превышает 20 млн. человек¹, пресс-служба должна иметь в виду этот мощный канал коммуникации.

Цифровая экосистема Узбекистана

Последние отчеты свидетельствуют о непрерывном росте интернет-покрытия в стране. Лидером по популярности остается Telegram, за ним следуют YouTube, Instagram и Facebook. TikTok пользуется особой любовью

¹ <http://infocom.uz/2018/01/26/kolichestvo-internet-polzovatelej-v-uzbekistane-prevysilo-20-millionov/>



среди молодежи. Такая динамичная онлайн-среда создает благоприятные условия для продвижения ННО, однако на пути развития встречаются и препятствия: ограниченная прозрачность алгоритмов, случаи цензуры и недостаточный уровень цифровой грамотности населения.

Применение цифровых инструментов в деятельности ННО

В Узбекистане для реализации задач ННО применяются различные инструменты:

- В Telegram-каналах можно делиться новостями, анонсами и получать обратную связь от подписчиков.
- Instagram и Facebook: визуализация деятельности посредством историй, постов и коротких видео (Reels).
- YouTube: для документальных историй и сюжетов;
- Мессенджеры: общение с волонтерами и подписчиками.

Преимущества и проблемы

Цифровое пространство дает ННО огромные преимущества: эффективный охват аудитории, низкие издержки, вовлечение молодежи, создание сообществ вокруг идей. Но существуют и проблемы: нехватка профессиональных команд, слабая монетизация, строгие нормативы, давление на особо активных игроков.

Цифровые медиа, такие как, например, социальные сети представляют для некоммерческого сектора внушительный ресурс новой аудитории, которую по факту в реальном окружении собрать для коммуникации весьма затруднительно. По данным на 2019 год *В контакте* сообщал о более чем 510 миллионах пользователей, причем 30 миллионов из них заходили в систему каждый день², *Instagram* анонсировал о 500 миллионах ежедневных активных пользователей³ и *YouTube* просматривают 62 миллиона интернет-

² YouTube собрал статистику аудитории России <http://www.avertmedia.ru/news/news-63.html>

³ <https://themodernnonprofit.com/nonprofits-know-social-media-platforms/>



пользователей на сторонних сайтах, а на самом ресурсе – 44 миллиона пользователей⁴. Независимо от того, ведут ли некоммерческие организации блоги, твиты, создают видео или размещают посты в *В контакте*, как мы можем убедиться из данных статистики, социальные сети представляют собой мощный инструмент для охвата многих людей и сообществ.

Важно отметить, что цифровые медиа также способствуют формированию новых социальных норм и правил поведения. Онлайн-культура, с ее специфическим сленгом, мемами и визуальным языком, становится все более значимой частью нашей повседневной жизни. Однако, это создает риск цифровой зависимости, кибербуллинга, и других негативных последствий. Поэтому критически важно развивать цифровую грамотность, обучая людей критически осмысливать информацию, которую они получают через цифровые каналы, и безопасно использовать технологии.

Заключение

В заключение можно сказать, что цифровые медиа глубоко и необратимо изменили социальное взаимодействие, предоставляя как невероятные возможности, так и новые вызовы. Понимание этих возможностей и вызовов является ключом к эффективному использованию цифровых технологий негосударственными некоммерческими организациями (ННО) для построения более справедливого, информированного и взаимосвязанного общества. Дальнейшее развитие искусственного интеллекта и виртуальной реальности обещает еще более глубокую интеграцию цифровых технологий в социальную жизнь, что потребует от нас постоянного адаптирования и разработки новых подходов к управлению цифровым пространством и обеспечению цифровой безопасности.

⁴ Kang, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., Weigel, M. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century [white paper]. Retrieved from https://www.macfound.org/media/article_pdf/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF. - P. 3.



Список литературы:

1. <http://infocom.uz/2018/01/26/kolichestvo-internet-polzovatelej-v-uzbekistane-prevysilo-20-millionov/>
2. YouTube собрал статистику аудитории России
<http://www.avertmedia.ru/news/news-63.html>
3. <https://themodernnonprofit.com/nonprofits-know-social-media-platforms/>
4. Kang, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., Weigel, M. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century [white paper]. Retrieved from https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF.
- P. 3.