

УДК 316.334.56

https://doi.org/10.33619/2414-2948/127/63

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАТЕЛЬНОЙ КОРПОРАЦИИ:
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД**

©*Соурбаева С.*, ORCID: 0009-0002-8306-5362, Кыргызский национальный университет имени Жусуна Баласагына. Бишкек, Кыргызстан, *sourbaevas@gmail.com*

©*Исаков Б. Б.*, ORCID: 0000-0002-8845-2778, канд. истор. наук, Кыргызско-турецкий университет Манас, г. Бишкек, Кыргызстан, *baktibek.isakov@manas.edu.kg*

**INFORMATION POLICY OF THE NATIONAL BROADCASTING CORPORATION:
STRATEGIC PRINCIPLES AND SOCIOLOGICAL VIEW**

©*Sourbaeva S.*, ORCID: 0009-0002-8306-5362, Kyrgyz National University named after Zh. Balasagyn, Bishkek, Kyrgyzstan, *sourbaevas@gmail.com*

©*Isakov B.*, ORCID: 0000-0002-8845-2778, Ph.D., Kyrgyz-Turkish Manas University, Bishkek, Kyrgyzstan, *baktibek.isakov@manas.edu.kg*

Аннотация. Работа посвящена социологическому анализу информационной политики Национальной телерадиовещательной корпорации (УТРК) Кыргызской Республики. Основной фокус исследования направлен на изучение роли медиа как социального института в условиях глобальной трансформации и оценку соответствия стратегических шагов корпорации общественным ожиданиям. Данные онлайн-опроса, проведенного в марте-апреле 2025 года, демонстрируют примечательную картину: 31,8% респондентов выразили острую потребность в детском и семейном контенте. Этот показатель интерпретируется как глубокий социологический запрос на сохранение социальной структуры и традиционных ценностей. В статье обсуждаются социальная миссия общественного вещания, обновление редакционной политики и стратегии укрепления межпоколенческих связей. Сделан вывод о необходимости перехода УТРК к инклюзивной модели, центрированной на общественных запросах и национальных ценностях.

Abstract. Study is dedicated to a sociological analysis of the information policy of the National Television and Radio Broadcasting Corporation (UTRK) of the Kyrgyz Republic. The primary focus of the research is to examine the role of media as a social institution in the context of global transformation and to evaluate how the corporation's strategic initiatives align with public expectations. Data from an online survey conducted in March–April 2025 present a compelling picture: 31.8% of respondents expressed an urgent need for child- and family-oriented content. This figure is interpreted as a profound sociological demand for the preservation of social structures and traditional values. The article discusses the social mission of public service broadcasting, the modernization of editorial policies, and strategies for strengthening intergenerational ties. The study concludes that UTRK must transition toward an inclusive model centered on public demands and national values.

Ключевые слова: национальное вещание, информационная политика, редакционная стратегия, глобализация, институт семьи, детские медиа, информационная безопасность.

Keywords: public service broadcasting, information policy, editorial strategy, globalization, institution of the family, children's media, information security.

Первая четверть XXI века ознаменовалась фундаментальной трансформацией информационно-коммуникационной среды. Стремительное распространение цифровых технологий и доминирование алгоритмических социальных сетей пошатнули традиционные устои национальных медиасистем. В современном мире информация перестала быть пассивным инструментом передачи данных; она превратилась в стратегический катализатор, формирующий архитектуру общественного сознания и управляющий макросоциальными процессами — от политической стабильности до культурной интеграции. Как отмечал М. Кастельс в теории «Сетевого общества», медиа сегодня — это не просто отражение социальной структуры, а её основополагающий элемент [2].

В условиях культурной унификации, вызванной глобальными информационными потоками, социально-политическая роль национальных вещателей приобретает экзистенциальное значение. В Кыргызстане эту ответственность несет УТРК. Корпорация является стратегической структурой, обязанной не только информировать, но и оберегать культурный код нации, ставя общественные интересы выше коммерческой выгоды. Согласно модели «социальной ответственности» Д. Маккуэйла, общественное вещание должно выступать оплотом сопротивления культурной эрозии. Однако эпоха «эхо-камер» и волн дезинформации диктует необходимость радикального пересмотра информационной политики УТРК с социологической точки зрения [1-3].

Результаты масштабного национального опроса (март-апрель 2025 г.) свидетельствуют о тектонических сдвигах в медиапотреблении (*habitus*) кыргызского общества. Выявленный высокий интерес к детскому и семейному контенту (31,8%) выходит далеко за рамки простых программных предпочтений. Это коллективный защитный рефлекс общества против глобальной цифровой неопределенности и культурной аномии. С социологической точки зрения, это отражение потребности в «социальной солидарности» [4-6].

Данные показывают, что запрос на семейные ценности опередил даже классические информационные форматы, такие как новости и аналитика (25,3%). В контексте теории «суждения о вкусе» П. Бурдьё, зритель перестал быть пассивным реципиентом; он превратился в осознанного актора, стремящегося защитить свой культурный багаж. Рост низкокачественного и агрессивного контента в неконтролируемой цифровой среде вызвал у родителей состояние «моральной паники», в результате чего УТРК начинает восприниматься как «безопасная гавань» и качественная альтернатива коммерческому ТВ. Семья, являясь фундаментом кыргызского общества, исторически выступала оплотом социальной стабильности и культурной преемственности [7].

Однако сегодня процессы модернизации, неконтролируемая урбанизация и глобальные миграционные потоки подвергают эту традиционную структуру серьезным трансформациям. Рост числа разводов и вовлечение родителей в трудовую миграцию расшатывают внутрисемейную иерархию и приводят к «микро-разрывам» эмоциональных связей. В этой чувствительной ситуации медиа предстает не просто как средство проведения досуга, а как стратегический актор, способный либо залечить эти социальные раны, либо, напротив, усугубить их.

Один из сложнейших социологических вызовов современного Кыргызстана — это коммуникационный разрыв между поколениями. Поколения «Z» и «Альфа» потребляют информацию в цифровых, визуальных и высокоскоростных форматах, в то время как старшее поколение, представляющее традиционные ценности, остается в мире более статичной, устной культуры. Это перцептивное различие ведет к утрате общего языка внутри семьи и к отчуждению (*alienation*) поколений. Подобное ценностное напряжение становится серьезным барьером на пути к социальной интеграции. Высокий спрос на детские и семейные программы,

выявленный в исследовании, свидетельствует о том, что общество ожидает от УТРК создания структурного «моста» для преодоления этого разрыва. В противовес индивидуализации (*атомизации*), вызванной цифровизацией, социум требует силы, способной вновь объединить семью. В этом контексте для реанимации функции социальной интеграции УТРК критически важны следующие шаги: *Семейная динамика и психология*: Создание контента, обучающего навыкам разрешения внутрисемейных конфликтов и предлагающего научно обоснованное руководство по борьбе с цифровой зависимостью. *Интерактивные коммуникационные проекты*: Проекты «общего экрана» (*co-viewing*), превращающие дистанцию между родителем и ребенком в опыт сотрудничества. *Гибридный контент «Традиции-Модерн»*: Синтез национальных ценностей и эпосов с инновационными форматами (анимация, трансмедийный сторителлинг), отвечающими эстетическим запросам молодежи [8].

Данные анализа подтверждают неизбежность глубокой модернизации информационной политики УТРК. Это не просто техническое обновление, а структурная реформа, направленная на восстановление легитимности корпорации в цифровую эпоху. Рекомендуется сосредоточиться на следующих стратегических осях.

Социализирующий вектор (Приоритет семьи): в соответствии с запросом 31,8% аудитории, семья должна стать ядром вещательной сетки. Цель — формирование культуры совместного просмотра качественных передач, прививающих детям национальные и универсальные ценности.

Цифровая доступность (Многоканальная эффективность): контент должен быть адаптирован для социальных сетей, мобильных приложений и VOD-платформ (микронтент, интерактивное видео). Политика, не учитывающая цифровой мир молодого поколения, обречена на утрату социологического влияния.

Информационный щит (Стандарты безопасности): в эпоху глобального информационного загрязнения УТРК должна стать единственным источником «верифицированной информации». Строгий этический и фактологический контроль создаст механизм защиты общества от манипуляций.

Управление на основе данных: информационная политика должна стать динамичной и регулярно обновляться на базе социологических исследований, отслеживающих меняющиеся потребности общества в реальном времени.

Квалифицированный человеческий капитал: успех реформы зависит от кадров, понимающих динамику новых медиа и обладающих высокой социологической чувствительностью [9].

Данный комплекс реформ позволит УТРК выйти за рамки классического вещания и превратит её в центр «социальной инженерии», укрепляющий общественную солидарность и обеспечивающий культурный суверенитет Кыргызстана в глобальной экосистеме.

Список литературы:

1. Bourdieu P. Distinction: A social critique of the judgement of taste //Social Stratification, Class, Race, and Gender in Sociological Perspective, Second Edition. – Routledge, 2019. – С. 499-525.
2. Castells M. The rise of the network society. John wiley & sons, 2011.
3. Coleman J. S. Social capital in the creation of human capital // American journal of sociology. 1988. V. 94. P. S95-S120.
4. Durkheim E. The division of labour in society //Social theory re-wired. Routledge, 2023. P. 15-34.

5. Habermas J. The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. MIT press, 1991.
6. McQuail D. McQuail's mass communication theory. Sage publications, 2010.
7. Postman N. Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business. Penguin, 2005.
8. Уразаев, С. Документальное кино и общественное сознание. Бишкек, 2018.
9. Варганова Е. Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. №1(108). С. 8-13. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2022.813>

References:

1. Bourdieu, P. (2019). Distinction: A social critique of the judgement of taste. In *Social Stratification, Class, Race, and Gender in Sociological Perspective, Second Edition* (pp. 499-525). Routledge.
2. Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. John wiley & sons.
3. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
4. Durkheim, E. (2023). The division of labour in society. In *Social theory re-wired* (pp. 15-34). Routledge.
5. Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
6. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
7. Postman, N. (2005). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin.
8. Urazaev, S. (2018). Dokumental'noe kino i obshhestvennoe soznanie. Bishkek. (in Russian).
9. Vartanova, E. L. (2022). Menyayushhayasya arkhitektura media i cifrovye platformy'. *Medi@l'manax*, (1 (108)), 8-13. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2022.813>

Поступила в редакцию
05.04.2026 г.

Принята к публикации
12.04.2026 г.

Ссылка для цитирования:

Соурбаева С., Исаков Б. Б. Информационная политика национальной телерадиовещательной корпорации: стратегические принципы и социологический взгляд // Бюллетень науки и практики. 2026. Т. 12. №6. С. 521-524. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/127/63>

Cite as (APA):

Sourbaeva, S., & Isakov, B. (2026). Information Policy of the National Broadcasting Corporation: Strategic Principles and Sociological View. *Bulletin of Science and Practice*, 12(6), 521-524. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/127/63>