

**Особенности коммуникационного сопровождения Центра Исламской
Цивилизации в Узбекистане при Кабинете Министров**

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Валиева Мелисса Назаровна

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: melissavaliyeva@gmail.com

Культурно-просветительские институции сегодня работают в условиях высокой конкуренции за внимание и доверие. Репутация формируется быстро, а устойчивость публичного образа зависит от того, насколько последовательно выстроены связи с общественностью. Для проектов, связанных с историко-культурным наследием и религиозной традицией, требования к точности смыслов и к качеству публичного объяснения особенно высоки. Международные ориентиры фиксируют, что культурные институции несут общественную ответственность, включая доступность, участие и корректное представление культурных идентичностей [11].

Узбекистан демонстрирует среду, где коммуникационные эффекты усиливаются цифровыми каналами. По оценкам DataReportal, на конец 2025 года в стране насчитывалось 33,1 млн пользователей интернета при проникновении около 89 процентов, а активные идентичности пользователей социальных медиа оценивались в 14,1 млн [8]. При таких масштабах онлайн-аудитории именно цифровая публичность начинает задавать темп обсуждений, а также характер доверия к культурным проектам.

В этом контексте показателен кейс Центра Исламской Цивилизации в Узбекистане при Кабинете Министров. Центр позиционируется как государственная научно-просветительская и культурная институция, направленная на изучение, сохранение и публичное представление наследия исламской цивилизации региона, включая выставочную, образовательную и мультимедийную деятельность [7]. Идейная рамка проекта связана с публичным акцентом на гуманистическом смысле религиозной традиции. В выступлении на 72-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН Президент Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёев подчеркнул ценности добра и мира как ключевой смысловой ориентир [3]. Организационные основания деятельности Центра закреплены решениями 2017 года и последующими актами, где обозначается дальнейшее совершенствование работы Центра и развитие его информационных и организационных механизмов [4, 5]. Публичной вехой становления проекта стало сообщение о закладке первого камня в 2018 году, которое усилило узнаваемость и символический статус инициативы [2].

Теоретическая база исследования опирается на отечественные и зарубежные подходы к PR в сфере культуры и к стратегическим коммуникациям институций наследия. Г.Л. Тульчинский рассматривает PR в культурной сфере как управленческую деятельность, ориентированную на доверие, общественную поддержку и понятный язык взаимодействия с группами общественности [6]. М.С. Арканникова описывает музейные институции как акторов стратегических коммуникаций, где ключевыми становятся устойчивые отношения с аудиториями и согласованность миссии с публичной практикой [1]. Зарубежные исследования показывают, что цифровые экосистемы требуют от культурных институций постоянного коммуникационного управления, а не эпизодических информационных кампаний, при этом особенно значимы регулярность, обратная связь и управляемая адаптация к кризисным периодам [9]. Важно учитывать и профессиональные нормативные рамки

музейной сферы. Определение музея ИСОМ закрепляет общественный характер миссии и роль институции в служении обществу, а рекомендации ЮНЕСКО задают акцент на ответственности и доступности, что повышает планку коммуникационных стандартов [10, 11].

С точки зрения исследования, особенности коммуникационного сопровождения Центра проявляются в сочетании трёх факторов. Первый фактор связан с государственным статусом и высоким уровнем общественных ожиданий, что усиливает требования к прозрачности и к смысловой точности публичных сообщений. Второй фактор связан с цифровой средой, где репутация формируется через повседневный контакт аудитории с контентом и обсуждениями, а значит необходимы регулярность, единый тон и ясная архитектура каналов. Третий фактор связан с предметной областью наследия, где коммуникация должна сочетать научную достоверность, уважение к контексту и доступность для разных групп, включая молодёжь и международную аудиторию.

Выводы

1. Коммуникационное сопровождение культурной институции выступает механизмом доверия и общественной легитимности, а для проектов наследия ключевыми становятся точность смыслов и диалоговый характер публичной работы.

2. Масштаб цифровой аудитории в Узбекистане делает онлайн-каналы центральным пространством формирования репутации, что требует системной и регулярной PR-деятельности.

3. Нормативные решения, закрепляющие статус Центра при Кабинете Министров, усиливают ожидания общества к прозрачности, последовательности и качеству публичных сообщений.

4. Перспективы улучшения коммуникаций связаны с выстраиванием устойчивой системы ключевых сообщений, сегментацией аудиторий и управлением цифровым присутствием как постоянным процессом.

Источники и литература

- 1) Арканникова М.С. Стратегические коммуникации музейных институций // Коммуникология. 2022. Т. 10. № 4. С. 35–47 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-kommunikatsii-muzeynyh-institutsiy> (дата обращения: 03.02.2026).
- 2) Заложен первый камень Центра исламской цивилизации [Электронный ресурс]. 15.06.2018. URL: <https://president.uz/ru/lists/view/1799> (дата обращения: 03.02.2026).
- 3) Мирзиёев Ш.М. Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев выступил на 72-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН [Электронный ресурс]. 20.09.2017. URL: <https://president.uz/ru/lists/view/1063> (дата обращения: 03.02.2026).
- 4) Постановление Президента Республики Узбекистан от 23.06.2017 г. № ПП-3080 «О мерах организации Центра Исламской культуры в Узбекистане при Кабинете Министров Республики Узбекистан» [Электронный ресурс]. URL: <https://lex.uz/ru/docs/3600690> (дата обращения: 03.02.2026).
- 5) Постановление Президента Республики Узбекистан от 16.07.2021 г. № ПП-5186 «О дополнительных мерах по дальнейшему совершенствованию деятельности Центра исламской цивилизации в Узбекистане при Кабинете Министров Республики Узбекистан» [Электронный ресурс]. URL: <https://lex.uz/docs/5514991> (дата обращения: 03.02.2026).

- 6) Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие. СПб.: Лань, 2011 [Электронный ресурс]. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/folder/bxn6hzjzb/62599373.pdf> (дата обращения: 03.02.2026).
- 7) Центр исламской цивилизации в Узбекистане при Кабинете Министров Республики Узбекистан. О Центре [Электронный ресурс]. URL: <https://cisc.uz/ru/management-centre/> (дата обращения: 03.02.2026).
- 8) DataReportal. Digital 2026: Uzbekistan [Электронный ресурс]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan> (дата обращения: 03.02.2026).
- 9) De las Heras-Pedrosa C., Iglesias-Sánchez P.P., Jambrino-Maldonado C. et al. Museum communication management in digital ecosystems. Impact of COVID-19 on digital strategy // Museum Management and Curatorship. 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09647775.2022.2111335> (дата обращения: 03.02.2026).
- 10) International Council of Museums (ICOM). Museum Definition (2022) [Электронный ресурс]. URL: <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (дата обращения: 03.02.2026).
- 11) UNESCO. Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society [Электронный ресурс]. 17.11.2015. URL: <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/recommendation-concerning-protection-and-promotion-museums-and-collections-their-diversity-and-their> (дата обращения: 03.02.2026).