

Әнуарбек Ә.

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: asel.anuarbek@mail.ru

ОНЛАЙН ХАБАР ТАРАТУ ЖҮЙЕСІНІҢ КӘСІБИ ДЕҢГЕЙІ: ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Мақалада телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесінің қолданыс аясы, кәсіби деңгейі ғылыми тұрғыдан талданады. Отандық телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесі сарапқа салынып, отандық тележурналистикадағы онлайн хабар таратудың шығармашылық сипаты мен проблемалары қарастырылады. Онлайн хабар тарату жүйесінің жұмысын жетілдіру үшін қажетті шаралар тізбектеледі. Дәстүрлі телевизия мен онлайн хабар тарату жүйесінің айырмашылықтары сипатталады. Мақалада онлайн хабар тарату жүйесінде контенттің маңыздылығына баса мән берілетіндігі сөз болады. Сонымен бірге, отандық телеарналардың онлайн хабар таратудағы кемшіліктері айқындалады. Отандық және әлемдік онлайн хабар тарату жүйесінің деңгейі мен жұмыс барысы салыстырылып, ұқсастықтары мен айырмашылықтары анықталады. Онлайн хабар тарату жүйесі арқылы телеиндустрияның рейтингін арттыру жолдары да сараланады. Отандық телеақпарат кеңістігіндегі онлайн хабар тарату жүйесінің оперативтілігі мен уақытқа тәуелсіздігі де назардан тыс қалмайды. Бұл мақала онлайн хабар тарату жүйесіндегі кездесетін проблемаларды тізбектей отырып, жаңа жүйенің одан әрі дамуына, келешегіне бағдар жасайды. Әлемде қарыштап дамып үлгерген онлайн журналистика қазақстандық телеақпарат кеңістігінде неге кенже қалып жатқанына да баса назар аударылады.

Түйін сөздер: телеақпарат кеңістігі, онлайн хабар тарату жүйесі, дәстүрлі медиа, онлайн журналистика.

Anuarbek A.

Al-Farabi Kazakh national university,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: asel.anuarbek@mail.ru

Professional level of online broadcasting: problems and perspectives

This article analyses the professionalism and scope of using online coverage in television. It is investigated the system, the creative form, and the problems of online broadcasting of domestic television. The necessary steps are being taken to improve the functioning of the online broadcasting system. Characterized the differences between traditional TV and online broadcasting systems are described. In article importance of content in the system of online broadcasting is emphasized. One more advantage of online television – existence of huge number of channels of a certain subject. At the same time, there is a lack of online broadcasting on domestic TV channels. The domestic and world level of system broadcasting online is compared, their similarities and distinctions are defined. Ways of increase in rating through system broadcasting online are considered. This article analyses problems which online of broadcasting and further development of system online face in system. The efficiency of system broadcasting online is considered.

Key words: television, online broadcasting, traditional media, online journalism.

Ануарбек А.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: asel.anuarbek@mail.ru**Профессиональный уровень онлайн-вещания: проблемы и перспективы**

Данная статья посвящена изучению профессионализма и масштаба использования онлайн-освещения на телевидении. Были исследованы система, творческая форма и проблемы онлайн-освещения отечественного телевидения. Перечисляются меры, необходимые для совершенствования работы системы онлайн-вещания. Характеризуются различия в системах традиционного телевидения и онлайн-вещания. В статье подчеркивается важность контента в системе онлайн-вещания. Вместе с тем, определяются недостатки онлайн-вещания отечественных телеканалов. Сравнивается отечественный и мировой уровни системы онлайн-вещания, определяются их сходства и различия. В статье дается описание видения развития казахстанских телевизионных медиа в эпоху технологического развития. Рассматриваются способы повышения рейтинга через систему онлайн-вещания, анализируются проблемы, с которыми сталкиваются в системе онлайн-вещания и дальнейшее развитие системы онлайн. Рассматривается оперативность системы онлайн-вещания. В мире активно развивается система онлайн-вещания, а в Казахстане система онлайн-вещания пока что не развита. Но по современным стандартам, все телеканалы ведут трансляцию в режиме онлайн, потому что в настоящее время традиционное вещание не является единственным путем предоставления информации.

Ключевые слова: телевидение, онлайн-вещание, традиционные медиа, онлайн-журналистика.

Кіріспе

Технология қарыштап дамыған қазіргі уақытта ақпарат құралдары мобильділікті арттыруға міндетті. Бүгінгі күні ақпарат құралдарының арасында интернет сайттары мен ғаламтордағы басылымдардың шоқтығы биік болып отыр. Интернет журналистиканың дамуы дәстүрлі медиаға да әсер етпей қоймады. Әлемдік ақпарат кеңістігіндегі технологиялық өзгерістер дәстүрлі медиа түрлерінің, яғни, газет-журнал, телеарна, радионың да ғаламтордағы нұсқаларын әзірлеуді қолға алуына түрткі болды. Ғаламтор әлемді шырмамай тұрған уақытта ақпарат таратудың негізгі көзіне айналған телеарналар да қазіргі уақытта жаңа бағытқа ойысып, хабар таратудың тың әдістерін іздеуге көшті. Бұл ретте телеарналар өздерінің ғаламтордағы нұсқасын ұсынып, заман талабына ілесті деуге әбден негіз бар. Телеарналардың ғаламтордағы нұсқасы көрермендердің қалаған телебағдарламасын өз уақытында тамашалай алмай қалса, кейінірек ғаламтордағы нұсқасын көруге мүмкіндік берді. Бұл аудиторияны толық қамту үшін жасалып отырған әдістің бірі. Уақыт өте келе телеарналар ғаламторда тек мұрағаттық бағдарламаларды ғана ұсынудан бас тартты. Яғни, телеарналар онлайн хабар тарату жүйесіне көше бастады.

Негізгі бөлім

Телевизия – өзіндік құнды құпиялары мол, күрделі әлем. Көгілдір экран адамзат өмірінің

өн бойында елмен бірге есейіп, қалың орман көрерменімен күн сайын сырласып келе жатқан ерекше ақпарат құралы екенін ең қатаң сыншы – уақыттың өзі дәлелдеп отыр. Ахмет Байтұрсынов бір кездері «Қазақ» газетін «халықтың көзі, құлағы, һәм тілі», – деген болса, бүгінде әрбір үйдің төрінде тұрған көгілдір қобдиша алыс-жақын ауылдар мен қалалардағы көпшілікті ақпарат көзімен сусындатып отырған басты құрал деп айтуға әбден болады. Сондықтан ондағы жасалған әрбір бағдарлама немесе хабар халыққа пайдалы, көрерменіне көзайым бола алса – мақсатқа жету деген осы! (Тұрсын Қ; 2007).

Расымен де, теледидар бір кездері халықты жаңалықтарымен сусындататын басты ақпарат құралы болатын. Бірақ бүгінгі дәуір мұның бәрін өзгертті. Қазір телевизияның жұмысы да, мақсат-міндеті де бөлек.

Онлайн телевизия немесе онлайн телеарна – телевизиялық сигналды интернет-байланыс арқылы сандық тұрғыда жеткізуге бағытталған жүйе. Бірақ онлайн хабар тарату жүйесін кабельдік хабар таратумен салыстыруға келмейді. Қазіргі уақытта онлайн телехабар тарату жүйесі дамудың жаңа сатысына көтерілді. Егер бұған дейін онлайн телевизия кез келген адамға түсінікті болмағанын ескерсек, бүгінде бұл жаңа жүйе ауқымды масштабқа ие. Дәстүрлі телевизияда жүзеге асыру мүмкін болмаған телевизиялық контентті таңдау мүмкіндігіне де көрермендер онлайн телевизия арқылы қол жеткізді. Топтық бейнелер арқылы берілетін бағдарламалардың қаралымын онлайн жүйеде телеарналардың рес-

ми сайттарынан компьютерге арналған арнайы бағдарламалар, смартфондар, телеарнаның IP-адресі көрсетілген база арқылы анықтауға жол ашылады. Кейбір онлайн жұмыс істейтін бағдарламалар (приложения) әлемнің мыңдаған телеарналарының IP-адрес базаларын бір жерге тоғыстырады. Бірақ онлайн телевизия дәстүрлі телеақпарат таратудан суреттердің сапасы және сигналдың тұрақтылығы жағынан кейін қалады (Уикипедия ашық энциклопедиясы).

Телеақпарат кеңістігінде онлайн хабар тарату жүйесінің пайда болуы оның бірден ілгерілеп кеткендігін білдірмейді. Әлі де қазақ телевизиясында онлайн хабар тарату жүйесінің жұмысы жоғары деңгейде жүргізілмейді. Сапасы да көңіл қуантарлықтай емес. Бұл жүйенің телеақпарат кеңістігінде қолданыс аясының тар болуы ақпараттық-технологиялық әдістерді терең меңгерген журналистердің аз болуынан. Оның үстіне, онлайн хабар тарату жүйесі телевизияда өзінің ғылыми-шығармашылық сипатын көрсете алмай отыр. Қазақ телевизиясындағы онлайн хабар тарату жүйесі терең зерттелген жоқ. Бұл тақырыпқа терең бойлап, тележурналистикадағы онлайн хабар таратудың қолданыс аясын саралауға қадам басқан жан жоқ. Тележурналистика саласында бұл тақырыптың қажеттілігін көрермендерге ұғындыру үшін ғылыми зерттеу керек.

Интернет жүйесі арқылы ақпарат таратудың дәстүрлі телеарнадан басты ерекшелігі неде? Алғашқы хабар тарату жүйесі арқылы көрерменнің өзі қалаған уақытта кез келген жерден кіріп, қажетті ақпаратты алуына мүмкіндігі мол. Сонымен қатар, ғаламтордағы онлайн арналардың барлығы дерлік ғаламдық мәртебеге қол жеткізеді. Ал мұндай мүмкіндік дәстүрлі арналарға берілмеген. Дәстүрлі телеарналардың көрерменге ыңғайлы уақытта ол қалаған дүниені көрсете алмайды. Өйткені оның мүмкіндігі шектеулі, уақыты өлшеулі.

Нәтиже

Кез келген телеарнаның ғаламтордағы онлайн нұсқасын әзірлеу арнадан көрсетілген бағдарламалар мен жобаларды жариялап отырумен бітпейтіндігіне баса назар аударған дұрыс. Онлайн жүйенің аудиторияға қызмет көрсетуші ақпараттық ресурстардың бірі екенін есте ұстау шарт. Онлайн арналарда да маңызды рөлді контент атқарады. Ғалым Д. Тереховтің зерттеулеріне назар салатын болсақ, сайтты мазмұндық (контенттік) жағынан толықтыру үшін баса назар аудару қажет бағыттарға мыналар жатады:

Біріншіден, телеконтент қандай аудиторияға арналатындығы және оны қандай мақсатта жасап отырғандығын анықтау қажет.

Екіншіден, интернет кеңістігінің талаптарына сай болу керек. Сондай-ақ, қатар мақсатты аудиторияны айқындау маңызды.

Үшіншіден, әлеуметтік желілер арқылы аудиторияның назарын өзіңізге аударуды меңгеру қажет (Уланова М.А.; 2014).

Әлемде онлайн-телевизияға деген сұраныс күн санап артуда. Оның негізгі себептері – Smart TV-ның және мобильді тұғырнамалардың дамуы. Медиабизнес саласының мамандары тұтынушының сұранысын қанағаттандыруға тырысуда. Онлайн режимде жұмыс істеуге көшіп жатқан компаниялардың саны жылдан жылға артуда. Онлайн тұғырнамалар жоғары сұранысқа ие және оларға сапалы контент өте қажет. Бір жағынан алып қарасақ, қызметтерін ұсынатын студия, продюсер, дистрибьютерлер көп-ақ. Және олар онлайн тұғырнамаларға өнімдерін жариялаудың жолдарын іздейді (<http://kazakh-tv.kz>).

Онлайн телехабар тарату жүйесі мына дүниелерді жүзеге асыруға қабілетті:

1. Әр қолданушының жазылу пакетін басқаруға;
2. Телевизия мазмұнын кез келген деңгейде қорғауға;
3. MPEG-2, MPEG-4 форматында арналарды трансляциялауға;
4. Телевизиялық бағдарламаларды ұсынуға;
5. Телевизиялық бағдарламаларды тіркеуге;
6. Бұрын болып кеткен бағдарламаларды қайта қарауға;
7. Әр қолданушыға арналған телеарналардың жеке пакеті;
8. Сайттағы сат арқылы көрермендермен интерактивті байланыс орнату мүмкіндігіне қол жеткізуге болады (<https://baq.kz/>).

Технологиялық прогресс пен техникалық конвергенция процесі жаңа қазақстандық масс-медианың қалыптасуына әсер етеді. Отандық телеарналар онлайн жүйеге ауыса бастады. Онлайн жүйеге толыққанды көшуге қазақстандық телевизияның потенциалы жоғары екенін атап өттік. Бүгінде Қазақстандағы 17 миллион халықтың 10 миллионы интернет қолданушылары болып табылады.

Америкалық профессор Майкл Мури: «Радио мен телевидение онлайн режимге ауысып, эфирде қалады» деген пікір білдіреді. Расында да, телеарналар да сайттық нұсқаларына мән бермесе, көштен қалатын түрі бар. Жасыратыны жоқ, отандық телеарналардың сайттары да сын көтер-

мейді. Дизайны, беттелуі, жаңартылуы жағынан да мін көп. Бұл арада ресейлік телеарналар көштен қалмас үшін өз жаңалықтарын «Twitter», «Facebook» парақшаларына да лезде таратып отырады. Ал шетелдік телеарналардың сайттары – бөлек әлем. Әрине, Қазақстанның Байланыс және ақпарат министрлігі тарапынан жаңа медиа саласының дамуына ерекше ден қойылып келеді. Тек қазірше отандық телеарналардың тек эфирге мән беріп, онлайн режиміне назар аудармауы олардың өз болашағына алаңдамай отырғанын аңғартпай ма?! Ал ертеңін ойламағанның болашағы бар ма? (<http://engime.org>).

Онлайн хабар тарату жүйесін дамытуды әлемнің дамыған елдері әлдеқашан бастап кеткен. Бір ғана британдық «BBC» арнасын алып қарайықшы. Аталмыш арна қазір британдық емес, әлемдік ақпарат тарату көзіне айналып отыр. Әлемнің түкпір-түкпірінде тілшілер қосыны жұмыс істейтін «BBC» арнасының онлайн хабар тарату жүйесінің жұмыс жүргізіп келе жатқанына біршама уақыт болды. «BBC»-дің онлайн арнасын миллиондаған көрермен тамашалайды. Әлемнің кез келген түкпіріндегі азамат қалаған уақытында «BBC» арнасының тікелей көрсетілімін көре алады. Ол үшін бастысы қолыңызда интернетке кіру мүмкіндігі бар құрылғы болса болғаны. «BBC» арнасының онлайн хабар тарату жүйесін үздік деп бағалауға әбден болады. Өйткені мұндай арнаны онлайн тамашалауға ешқандай кедергі жоқ. Тіпті, жұртшылық жиі қолданатын «Youtube» желісі арқылы да BBC арнасын іздеп тауып алуға болады.

Дәл осындай әдісті қазір еліміздегі көшбасшы арна «Қазақстан» ұлттық телеарнасы да пайдалана бастады. Ұлттық арнаны «kaztrk.kz» сайтынан бөлек «Youtube» желісі арқылы да онлайн тамашалауға мүмкіндік бар. Бұл интернет қолданушылары үшін өте ыңғайлы. Аталған желіге кіріп, іздеу жүйесіне «Қазақстан» ұлттық арнасы деп жазса, арнаның тікелей көрсетілімі ашылады. Сол арқылы өзіңіз қалаған бағдарламаны теледидар алдында ғана емес, көшеде жүріп те, жұмыста отырып та тамашалауға болады. Сонымен қатар, арнаның онлайн нұсқасын «Youtube» желісіне орналастырудың бір артықшылығы сол мезетте арнаны өзіңнен өзге қанша адамның тамашалап отырғандығын көріп отыруға мүмкіндік бар. Бұл бір жағынан арнаның рейтингін бақылап отыруға да мүмкіндік береді. Еліміздегі арналардың бәрі осы жүйені дамытуды қолға алса, құба-құп болар еді («Қазақстан» ұлттық телеарнасының ресми сайты).

Бүгінде еліміздегі республикалық, өңірлік арналардың барлығының интернет сайттары бар. Сайт арқылы онлайн нұсқасын да тамашалауға болады. Сондай-ақ, кейбір арналар арнайы мобильдік қосымшаларын әзірлеп, көрермен назарына ұсынды. Бұл да онлайн хабар тарату жүйесінің ілгерілеуіне өз үлесін қосуда. Тағы бір айта кетерлік жайт, бүгінде елімізде тек қана онлайн түрде хабар таратын арналар бар. Ол арналардың көрермендері де баршылық. Өйткені олар өзгелерден тез ақпарат таратады. Әсіресе, «Атамекен» бизнес арнасы онлайн арналар арасында оқ бойы озық тұр.

Ойтолқы

Біраз уақытқа дейін телевизиялық жобалар эфирге кестеде белгіленген уақыт бойынша шығып жүрді. Уақыт өте келе ғаламтордың бәсі басым түсіп, телеарналар онлайн жүйеге көшті. Яғни, телеарналар өздерінің эфирінен көрсетілген бағдарламаларды ғаламтор арқылы онлайн тарата бастады. Бұл қадам телеарналардың онлайн нұсқасының аудиториясын ұлғайтты. Одан бөлек онлайн хабар тарату жүйесінің дамуы арқылы географиялық шектеу де жойылды. Өйткені аймақтық телеарналар онлайн жүйе арқылы тек өз өңірлерінде ғана емес, бүкіл республикаға, тіпті, алыс-жақын шет мемлекеттерге де хабар тарату мүмкіндігіне қол жеткізді. Бұл – үлкен жетістік. Яғни, онлайн хабар тарату жүйесі арқылы ғаламтор таралатын жер жүзінің барлық нүктесінде көңілің қалаған бағдарламаны өзіңе ыңғайлы уақытта тамашалауға жол ашылды.

Әлем журналистикасы қарыштап дамып келеді. Интернет кеңістікке негізделген ақпараттық қоғам құрылды. Мұнда ғаламтор, кабельді-спутниктік телевизия, мобильді телефон жаһандану үдерісінің маңызды бөліктері болып саналады. Жаңа медианың ғаламдық дамуы әлемдегі және біздің еліміздегі ақпарат және байланыс қажеттілігін түбірімен өзгертуде. Осылайша, қазақстандық жаңа медиа-кеңістік ғаламтормен және жаңа медиа технологиялармен бірге дамып келеді (Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б.; 2016).

Онлайн журналистика Қазақстанда алғаш пайда бола бастағанда оның даму траекториясы жайында қызу пікірталас өрбіген еді. Бір топ дәстүрлі медианың интернет кеңістікке тәуелді болып, жұтылып кететінін айтса, екіншілері жаңа медиадан үлкен үміт күтті. Шынында да, телеарналар неліктен онлайн жүйеге көше бастады? Өз аудиториясын жоғалтпас үшін бе? Ең біріншіден, телеарналар онлайн хабар тарату

жүйесіне заман талабы, көрерменнің сұранысы осындай болғандықтан ауысты.

Бірақ телеарналардың ғаламторға бейімделуіне ықпал еткен тағы бір дүние бар. Ол – жарнама нарығы. Бұрындары жарнаманы тек телеарналарға беретін компаниялар жаңа технологияның дамуына орай интернет-басылымдарға басымдық бере бастады. Ал журналистиканың қай түрі болмасын, жарнамаға тәуелді екені бесенеден белгілі. Интернет тұтынушыларының саны артуы жарнама аудитоиясының да онлайн қызметтерді қолдана бастауына жол ашты (Смирнова Ю. В; 2011).

Қазіргі уақытта қолға алынған «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасының да телеарналардың онлайн хабар тарату жүйесіне баса назар аударуы қажеттігін айқындап отыр. Аталған бағдарлама нәтижесі бойынша, 2019 жылы сандық телевизияны, яғни, онлайн жүйе арқылы ақпарат алатын азаматтардың қатары 95 пайызға жетуі қажет. Сондықтан, телеарналардың онлайн жүйеге көшуі уақыт талабы ғана емес,

қазақстандықтардың республикадағы және жер жаһандағы жаңалықтармен жылдамырақ танысып, әлемдік ахуалға көзқарасты қалыптастыруға да жол ашпақ (Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты).

Қорытынды

Қазақстандық телеақпарат кеңістігінің өзге медиа кеңістіктен кенже қалмауы шарт. Өйткені әу баста теледидар негізгі ақпарат көзі, жаңалықтың жаршысы болған. Ал қазір телеарналар интернеттің көлеңкесінде қалып қоймауы үшін онлайн хабар тарату жүйесін дамытуды қолға алу қажет.

Онлайн хабар тарату жүйесі телеарналардың онлайн нұсқасымен ғана өлшенбеуі керек. Әрбір арна ондағы контентке баса мән беруі шарт. Өйткені көрермен үшін ақпараттың мазмұны бірінші орында. Көштен қалмас үшін рейтинг қуып, сападан ажырап қалуға әсте болмайды.

Әдебиеттер

- «Қазақстан» ұлттық телеарнасының ресми сайты.
 Қазақстан Республикасы Президентінің ресми сайты.
 Маклюэн М. (2003). Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Канон-пресс-Ц.
 Сұлтанбаева Г.С., Әлімжанова А.Б. (2016). Мультимедиалық журналистика. – Алматы: «Қазақ университеті». – 126 б.
 Смирнова Ю. В. (2011). Реклама на телевидении: разработка и технология производства. – М.: Омега-Л. – 255 бет
 Тұрсын Қ. (2007). Көгілдір экран әлемі. – Алматы: Қазақ университеті. – 159 бет
 Тұрсын Қ. (1999). Қазақ теледидарындағы дәстүр және жаңашылдық: филол. ғылымд. канд. ғылыми дәрежесін алу үшін дайынд. дис. Автореф. – Алматы.
 Уикипедия ашық энциклопедиясы
 Уланова М.А. (2014). Интернет-журналистика. Практическое руководство. – М.: Аспект Пресс, 44-48 б.
 Цвик В. Л. (2009). Телевизионная журналистика. – М.: Аспект Пресс,
 Woczkowski P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, pp. 197–213.
 Brophy P., Halpin E. (1999). Through the Net to freedom: information, the Internet and human rights. In: *Journal of Information Science*. Vol. 25, No. 5
 Christopher H. (2009). *Encyclopedia of journalism*. SAGE Publications, pp. 173-182.
 Chin F. (1978). *Cable Television*. New York: IFI/Plenum, p. 285
 Cohen E. L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, pp. 532–548.
 Dahlgren P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press, New York.
 Deuze M. (2003). The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, pp. 203–230.
 Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, pp. 237-255.
 Larrondo Ureta, A. (2011). The potential of Web-only feature stories, *Journalism Studies*, pp. 188–204.
 Lievrouw L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Oxford: Polity Press
 Measuring the Information Society 2011 URL: <http://www.itu.int/>
 Muthukumaraswamy, K. (2010). When the media meet crowds of wisdom. *Journalism Practice*, pp. 48–65.
 Newcomb H. (2000). *Television: The critical view*. New York: Oxford University Press.
 Palfrey J., Gasser U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. NY.
 Robinson S. (2006). The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, pp. 65–83.

Singer, J. (2006). Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, pp. 265–280.

The State of The News Media, (2013). Annual report. Pew Research Center.

http://kazakh-tv.kz/kz/view/hi-tech/page_134514_vintera-tv-%E2%80%93uyaly-kosymshalar-damuynyn-nakty-mysaly

<https://baq.kz/kk/news/3809>

<http://engime.org/s-barlibaeva-e-lejman-globalizaciya-i-konvergenciya-media-razv>.

References

Boczkowski P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, pp. 197–213.

Brophy P., Halpin E. (1999). Through the Net to freedom: information, the Internet and human rights. In: *Journal of Information Science*. Vol. 25, No. 5

Christopher H. (2009). *Encyclopedia of journalism*. SAGE Publications, pp. 173-182.

Chin F. (1978). *Cable Television*. New York: IFI/Plenum, p. 285

Cohen E. L. (2002). Online journalism as market-driven journalism. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, pp. 532–548.

Cvik V. (2009). *Televizionnaya jurnalistika [Television journalism]*. – Moskva: Aspect Press.

Dahlgren P. (2009). *Media and political engagement: citizens, communication, and democracy*. Cambridge University Press, New York.

Deuze M. (2003). The Web and its journalisms: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, pp. 203–230.

Dupagne, M., & Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence: A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, pp. 237-255.

Kazakhstan Respublikasy Prezidentinin resmi saity

“Kazakhstan” ulttyk teleornasynyn resmi saity

Larrondo Ureta, A. (2011). The potential of Web-only feature stories, *Journalism Studies*, pp. 188–204.

Lievrouw L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Oxford: Polity Press

Makluen M. (2003). *Ponimanie media: vneshnie rasshirenia cheloveka [Understanding media: external expansion person]*. – M.: Kanon-press-C.

Measuring the Information Society 2011 URL: <http://www.itu.int/>

Muthukumaraswamy, K. (2010). When the media meet crowds of wisdom. *Journalism Practice*, pp. 48–65.

Newcomb H. (2000). *Television: The critical view*. New York: Oxford University Press.

Palfrey J., Gasser U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. NY.

Robinson S. (2006). The mission of the j-blog: Recapturing journalistic authority online. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, pp. 65–83.

Singer, J. (2006). Stepping back from the gate: Online newspaper editors and the co-production of content in campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, pp. 265–280.

Smirnova U.V. (2011). *Reklama na televidenii: razrabotka i tehnologia proizvodstva [Television advertising: development and production technology]*. – Moskva: Omega-L, p. 255.

Sultanbaeva G.S., Alimzhanova A.B. (2016). *Multimedialyk jurnalistika [Multimedia journalism]*. Almaty: “Kazakh universiteti”, p. 126.

The State of The News Media. (2013). Annual report. Pew Research Center.

Tursyn K. (1999). *Kazakh teledidaryndagy dastur zhane zhanashyldyk: filol.gylymd.kand.gylymi darezhesin alu uahin daiynd. diss. Avtoref. [Tradition and innovation of Kazakh television]*. Almaty.

Tursyn K. (2007). *Kogildir ekran alemi [The world of TV]*. Almaty: Kazakh universiteti., p. 157.

Ulanova M.A. (2014). *Internet-jurnalistika. Prakticheskoe rukovodstvo [Internet journalism. Practical guide]*. Moskva: Aspect Press, pp.44-48.

Wikipedia free encyclopedia

http://kazakh-tv.kz/kz/view/hi-tech/page_134514_vintera-tv-%E2%80%93uyaly-kosymshalar-damuynyn-nakty-mysaly

<https://baq.kz/kk/news/3809>

<http://engime.org/s-barlibaeva-e-lejman-globalizaciya-i-konvergenciya-media-razv>.