

## **А. Әлімжанова**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан Республикасы, Алматы қ., e-mail: aikerim.alimzhan@gmail.com

### **МУЛЬТИМЕДИАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАДАҒЫ КОНТЕНТ МӘСЕЛЕСІ**

Мақалада онлайн БАҚ-тың редакциялық құрылым механизмдерінің жұмыс істеу бағыттарындағы өзгерістердің нәтижелері қарастырылады. Сараптамалық талдаулар жасалып, нақты механизмдер ұсынылады. Кешенді талдаулар онлайн медиа қызметін жан-жақты анықтап, медиамәтіннің жаңа сипатын айқындауға мүмкіндік берді.

Бүгінгі заманауи медиа ортада негізгі мәселелер біріншіден, сапалы контент жасау технологиясын меңгеру және оны мультимедиалық БАҚ қызметінде басқару, екіншіден, контенттің аудиторияға әсер ететін синергетикалық әсері мен пайда болу ерекшеліктерімен тұжырымдалады.

Медиаиндустрияның дағдарысы жаңа технологияларды іздеумен анықталады. Визуализация медиакоммуникацияның негізгі, әрі тиімді басым бөлігі ретінде қарастырылып, мультимедиалық журналистиканың жаңа бағыты екендігі айқындалады. Сондай-ақ, мақалада концептуалды зерттеу нәтижесінде жаңа бағыт медиавизуалистика бағыттары ұсынылады және мультимедиалық контент жасау стратегиясы ұсынылады.

**Түйін сөздер:** контент, контентография, сандық мәдениет, мультимедиалық журналистика.

## **А. Алимжанова**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,  
Республика Казахстан, г. Алматы, e-mail: aikerim.alimzhan@gmail.com

### **Проблема контента в мультимедийной журналистике**

В данной статье рассматриваются некоторые основные моменты исследований, связанные с изменением механизма работы редакции в онлайн-СМИ. Особое внимание в данном обзоре уделяется конкретным механизмам данного процесса. Такого рода анализ позволяет создать основу для многокомпонентного рассмотрения медиатекстов в онлайн-среде.

Основные проблемы современной медиасреды заключаются, во-первых, в поиске технологичной моделирования качественного контента и его управления в мультимедийных СМИ, во-вторых, в выявлении специфики механизма синергетического воздействия контента на аудиторию.

Кризис медиаиндустрии определяет поиск новых контентных моделей. Доминантой эффективной медиакоммуникации становится визуализация, которая определяет новые направления мультимедийной журналистики. В статье предложена концептуальная рамка исследований визуального в новом направлении – медиавизуалистика; представлены параметры мультимедийных контентных стратегий.

**Ключевые слова:** контент, контентография, цифровая культура, мультимедийная журналистика.

## **A. Alimzhanova**

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,  
E-mail: aikerim.alimzhan@gmail.com

### **Content problems in multimedia journalism**

The article deals with some key features of researches, connected with the change of editorial modus operandi in the online media. Special attention in his review is paid to the detailed elements of such process. This type of analysis creates the ground for detailed contemplation of online media texts. The most urgent problems of modern media environment cannot be solved without adequate content modelling and managing technologies applied in mass multimedia and without revealing the specifics of content synergy impact on the audience.

Nowadays in media industry crisis determines the search for new content models. Visualization becomes one of the media communication dominant, and defines new directions, visual journalism,

formats, virtual reality journalism. The author proposed for the conceptual framework of the study of visual in a new direction – visual media studies. The paper documented the transformation of features of journalism and media models in this paradigm, shows the parameters of multimedia content strategies.

**Key words:** content, contentography, digital culture, multimedia technologies, media convergence.

### Кіріспе

Мультимедиалық журналистика – заманауи БАҚ саласының басын біріктіретін, көпсалалы, интерактивті қызметтерді қамтитын, шығармашылық тәжірибе нәтижелерін қамтитын сала. Бүгінде мультимедиалық журналистиканың трендтерін зерттеу, контент сараптамалар жасау әлемдік үдеріс болып отыр. Онлайн журналистика, интернет БАҚ саласын шетелдік ғалымдар Е. Гранта, С. Вилкенсона, Г. Дженкинса, С. Кейт, Л. Торнтон т.б., ресейлік Л.А. Калмыков, Л.А. Коханова, В.М. Березин, М.М. Лукина, А. Амзин, В.В. Кихтан, Я.Н. Засурский және С. Кузнецова т.б. ғалымдар зерттеген. Ал Қазақстанда жаңа медиа саласында Ғ.Ж. Ибраева, Г.С. Сұлтанбаева, С.Х. Барлыбаева, Қ.Н. Мысаева, А.Б. Альжанова, Г.Х. Муканова т.б. зерттеуші-ғалымдар ғылыми зерттеулер жүргізген.

Мультимедиалық журналистиканың басты ерекшелігі – интерактивтілігі, уақытқа тәуелсіздігі және сол сәтте ақпаратты архивациялауға қабілеттілігі. *Бірнеше мультимедиалық құралдан дайындалған ақпарат бір-бірін толықтырып отыра алатындығымен ерекшеленеді.*

### Негізгі бөлім

*Мультимедиалық контенттің жиынтығы ғылымда «контентография» деп аталады. Контентография жаңа медиа мазмұнын кеңінен зерттеп, мәтіндік, классификациялық, графикалық және аудиовизуалдық сараптамалар жүргізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар мультимедиалық журналистиканың негізгі категориясы болып саналады. Ал контент – шығармашылық өнім, ақпарат, медиаэлемент, семиосфера қызметі.*

*Мультимедиалық контент – бұл:*

- заманауи БАҚ тілінің медиа-лингвистикалық технологияға негізделген жоғары
- деңгейлі электрондық қызмет түрі;
- баспа технологияның медиалингвистикалық синтезі және интернет басылым және белгілі тақырыптық жанрлық ақпарат арналарының басын қосушы [1,4]. Еліміздегі осындай ақпарат арналарының басын біріктіріп отырған «Qazcontent» жобасы – бірегей сапалы мультимедиалық контент жасаудың мысалы бола алады.

Ғылыми тұжырымдамалар мен зерттеудің әдістемесі. Қазақстандық интернет БАҚ аудиториясына салыстырмалы-салғастырмалы контент анализдер жүргізе отырып, нәтижелерге қол жеткіздік. Мәселен, 2016 жылғы зерттеулерге қарағанда әлемде 3,5 миллиард желі қолданушысы тіркелген. Оның 2,5 млрд. қолданушысы әлеуметтік желі белсенділері. Ал мобильдік құрылғылар көмегімен жазба қалдыратындар 1,6 млрд. адамды құрайды [2].

Желі қолданушылары орташа есеппен 6 сағат күніне интернетте өткізсе, оның кем дегенде 2 сағаты мобильді құрылғымен отыратыны анықталған. Әлеуметтік медиа мен мобильді қосымшалар көмегімен қолданушы бүгінгі күннің кез келген ақпаратына қол жеткізе алады. Бірақ, дәл осындай жылдам заманға бірден жетпегенімізді ұмытпауымыз керек. Кілтті сөздермен ақпаратқа қол жеткізу үшін 20 жылдай уақыт кетті. Мобильді экран жеке адамның медиа құрылғысына айналды. Медианың қажеттіліктеріне деген көзқарас та өзгерді [3].

### Ойталқы

Мультимедиалық журналистика – шығармашылық дамуға әсер ететін ерекше қасиеттерге ие. Сондай-ақ, бұл сала тәуелсіз журналистиканың дамуына үлкен әсер ететін мықты механизм. Алайда, дәстүрлі БАҚ пен мультимедиалық технологиялардың бір-біріне ұқсамайтын да бағыттары бар.

Біріншіден: көптеген басылымдар өздерінің интернеттегі баламасын жасап үлгерді. Кейбіреулері интернет сайттарында авторларға арнайы блог ашып беруде. Тәжірибе көрсеткендей, желідегі БАҚ-тың танымалдылығы жоғары.

Екіншіден: интернет технологиялардың базасында функцияланатын БАҚ дәстүрлі БАҚ-тан біршама өзгерістерге ұшырады. Олар жер шарының кез келген нүктесіне тарайды, ақпарат жедел түрде жарияланады. Осы ретте екінші бағыт, бұқаралық ақпарат құралдарындағы плюрализмнің дамуы заңды құбылыс.

Үшіншіден: БАҚ интернетте заңдық нормада бақыланбайды. Сондықтан пішіні және мазмұны бойынша дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарына жариялауға сай келмейтін материалдарды интернетте жариялауға мол

мүмкіндік бар. Яғни цензураны орнатуда публицистиканың альтернативті әдістерін көрсетеді.

Төртіншіден: журналистер мен ақпараттық қоғам арасында байланысты одан әрі күшейтеді. Тіпті, олардың арақашықтықтарына да қарамастан байланыстырады. Яғни шетелде тұрып-ақ, отандық сайттарға мақала жазу, ақпарат беруге болады. Дегенмен, осы орайда туындайтын өзекті мәселе бар екенін ескерте кетейік. Елімізде ақпараттық қауіпсіздікті бақылайтын арнайы мекемелер мен заңдық күші бар нормативтік құжаттардың болмауына байланысты копирайтинг пен сапасыз контенттің де орын алып отырғанын айтпау мүмкін емес. Нормативтік құжат мәселесі жалпы Орта Азия елдеріне ортақ болып отыр. Жалған ақпарат тарату, факчекингпен мемлекеттік емес мекемелер айналысуда. Ал олардың қаржыландырушылары көбіне шетелдік компаниялар. Олар өз мүддесіне жұмыс істемейтініне кім кепіл? Сондықтан мультимедиалық журналистиканың дамуы төңірегіндегі мәселелерді дер кезінде зерттеп, тиісті нәтижелерді жүзеге асыру қажет. Ол үшін Отандық және шетелдік ғылыми зерттеу жұмыстарын саралаған едік.

Ғылыми еңбектерге шолу. Мультимедиалық журналистикадағы контент мәселелеріне Ресей ғалымдары зерттеу еңбектерін арнаған. Д.Ю. Кульчинская [4] мультимедиалық журналистиканы дәстүрлі журналистикамен салыстырып, жанрлық айырмашылықтарын қарастырса, Я.В. Лайкова [5] онлайн БАҚ-тағы медиаинфографика форматына салыстырмалы талдаулар жасайды. Сонымен қатар батыстық әлемге танымал ақпараттық сайттар The Economist, The New York Times, The Guardian, USA Today тағы басқаларға контенттік сараптаулар жүргізеді. Дәстүрлі журналистика мен конвергенция қалай мультимедиаға өткені туралы А.Г. Качкаеваның [6] еңбектері мысал бола алады. Зерттеуші Г.Г. Щепилова [7] БАҚ пен жарнаманың тарихына тоқталып, жаңа технологиялардың дамуын мультимедиамен байланыстырады және олардың классификациясын ұсынады. В. Галецкий [8] мультимедиа өнерінің қоғамға әсерін жазса, Е.А. Малеина [9] заманауи интернет журналистиканың ел мәдениетіне әсерін, интеграциялық даму бағыттарын зерттейді. Ал Америкада бұқаралық коммуникация саласында мультимедиа түсінігі ХХ ғасырдың сексенінші жылдары пайда болды. Десек те, мультимедиалық журналистика жеке сала ретінде бүгінде үздіксіз зерттеулер жүргізіліп келеді. Алғашқы зерттеулердің бірі ретінде Ch. Wright [10] еңбегін

атауға болады. С. Hamelink, J. Halloran [11] еңбектерінде мультимедиалық журналистикадағы жаңа технологиялардың қоғамға әсері, даму тенденциялары талқыланады. Елімізде мультимедиалық контент мәселелері С.Х. Барлыбаева, Г. Рахимжанованың [12] еңбектерінде кездеседі. Онда бұқаралық коммуникацияның бір саласы ретінде шетелдік жаңа медиамен салыстырылып қарастырылады.

### Нәтиже

Бүгінде интернет сайттар дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының бір бөлігі іспеттес. Алайда, екеуінде де ұқсастықтар бар. Ортақ міндеттері – ақпарат тарату. Дегенмен, қоғам дамыған сайын ақпараттық ортаның дамуы да заңды нәрсе. Мысалы, ХХ ғасырда журналистикаға жаңа сипат – интернет журналистика еңсе, ХХІ ғасырда интернет журналистиканың жаңа қыры – блог жүйесі, мультимедиалық журналистика, деректер журналистикасы енді. Соған орай, ақпарат таратудың да жаңа формалары қалыптасты. Мәселен, интернет БАҚ материалына қойылатын талаптар мынандай болып келеді:

Тақырып міндетті түрде кілтті сөздермен немесе жеңіл фразалармен болуы керек.

Іздеу жүйесінде тез табылатындай сөздер болуы керек. Мақал-мәтел, нақыл сөздермен берілген материалдардың оқылымы да іздеу жүйесінде табылуы да қиындау болады.

Көлемі 1000-1500 символдан аспауы керек. Бұл тағы да іздеу жүйесімен байланысты.

Құрылымы жинақы, нақты, дәйекті болуы шарт; Гиперсілтемелермен баяндау тиімді болмақ [13, 141].

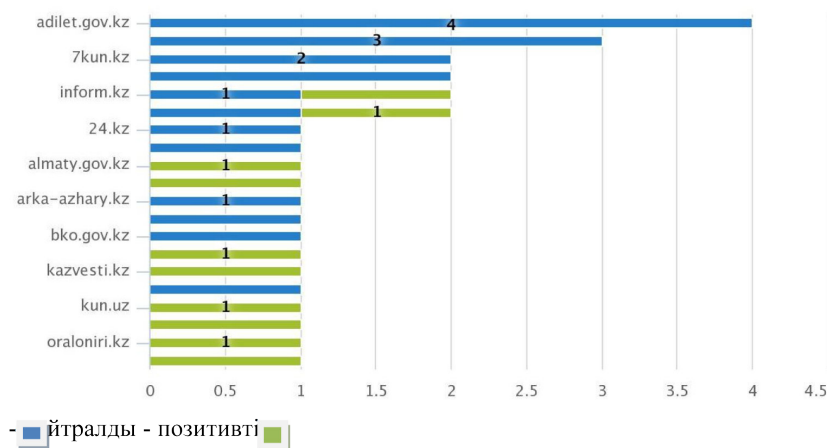
Яғни, әлемде ақпарат таратудың жаңа үлгілері қолданылуда. Сондықтан заманауи ағымның ығына сай ақпарат алу, қолдану қазіргі таңдағы тұтынушының да талабы. «Alem Media Monitoring» компаниясының қолдауымен қазақ тілді аудиторияда мультимедиалық журналистика, масс-медиа саласында жарияланған материалдарға контент анализ жасап көргенбіз.

2017 жылдың мамыр-маусым айларында жарияланған 156-материал позитив, 170-негатив, 278-нейтралды бағытты ұстанған. Ал орыс тілді БАҚ-та негативті материалдарды көбірек беретінін байқадық. Салыстыру үшін оны да беруді жөн көрдік. Осы орайда қазақ тілді БАҚ негативті беру тәсілдерін меңгермеген бе, әлде шынымен де қазақ тілді ақпарат тек жағымды немесе нейтралды ақпараттардан тұрады ма деген орынды сұрақтар туындайды. Интернет

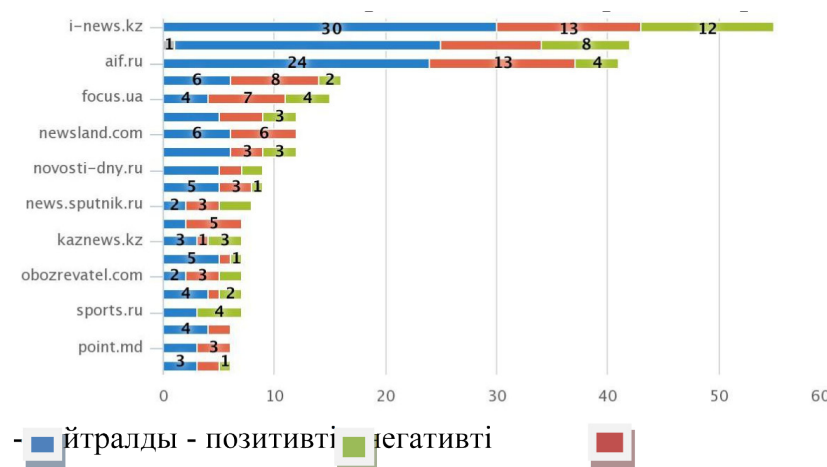
БАҚ-тың қоғамның шындығын айта бермейтіндігі де сапасыз контентке жол ашатындай. Әркім өзі ашып алған сайтында «сөз бостандығын» желеу етіп, тексерілмеген сапасыз ақпараттарды

таратып отыр. Тіпті кейде олардың авторлары да белгісіз. Ал бұқара халық сол сапасыз контенттің арасынан өзіне қажеттісін таба алмай отырғаны шындық.

1-кесте – Қазақ тілді сайттардағы жарияланымдар көрсеткіші.



2-кесте – Орыс тілді сайттардағы жарияланым көрсеткіші.



Қазақ тілді интернет БАҚ-тың мультимедиадану жолындағы кедергілерге тоқталайық. Әрине, жаңа жаһандық жүйенің өзіне тән ерекшелігі де болары хақ. Сонымен мультимедиалық журналистика қарқынды дамуы үшін төмендегі бағыттарды жетілдіру қажет. Олар:

- ақпараттың үнемі жаңарып тұруы;
- сайттарды тұтынудың жоғарылығы;
- тұтынушылардың өздері баға беріп отырады, басқа сайттармен салыстыра алады;
- веб-басылымның беделдігі, ақпараттық жобаның танымал болуы;
- кәсіби дизайн (сапалы, заманауи, мазмұнды);

- аудиторияның әр алуандығы;
- өзектілігі және тақырып таңдау мүмкіндігі;
- мұрағаттау мүмкіндігі;
- интерактивтілігі;
- мультимедиалығы;
- аудиториямен кері байланыс, тұтынушы тікелей байланысқа шыға алуы;
- ақпарат алудың жаңа мүмкіндіктерін игеруі;
- жаңа технологияларды қолдану, мультимедиалық сервистерді пайдалануы қажет.

«Newreporter.org» сайтында Н. Қожабекова «Деректерді визуализациялауға арналған алты құрал» атты мақаласында тиімді жаңа технологиялық сервистер туралы жақсы баяндаған. Онда



Tableau, Infogram, ChartBlocks, Datawrapper, Plotly, RAW жөнінде қысқа мәліметтер берілген [14]. Егер осындай мультимедиалық құралдар арқылы ақпараттар таратылып, репортаждар жасалатын болса, саны көп сайттар сапаға қарай ілгерілер еді.

### Қорытынды

Ақпараттық технологиялар көмегімен деректерді визуализациялауға болады. Қазнетте жоғарыда аталған құралдар көбінесе инфографика, яғни мәліметтерді бейнелі түрде көрсету мақсатында пайдаланады. Бүгінгі таңда zero.kz статистикалық ресурсының рейтинг тізімін бастап тұрған сайттар қатарында ақпараттық порталдардан tengrinews.kz, zakon.kz, baq.kz көреміз.

Миллиондаған қараулар жинап, юзерлер саны жағынан zero.kz рейтингісін бастап тұрған сайттарда мультимедиалық контент те дамып келеді. Дегенмен, ол көбінесе видео және суреттерге негізделеді. Ал біздің назар аударғымыз келіп отырғаны «Magic.piktochart.com», «Infogram» сынды ақпараттық технология құралдарын пайдалану арқылы ақпарат беретін сайттар.

Қазақстандық baq.kz, el.kz, szh.kz сайттарында көп кездесетін технологиялар – бұл Google Font API, jQuery, Google Analytics пен Yandex.Metrika, Nginx. Бұл сайттың даму бағыттарын айқындап отыратын сервистер болғандықтан веб-журналистикада қолдану маңызды.

Журналистика саласына жаңа ұғымдар енді. Жаңа медиа БАҚ конвергенциясына ықпал етеді. Конвергенция дәстүрлі медиа өнімдерінің бір жерде жиналуын, дәлірек, интернет

желісінде қосылу үдерісі [15,78]. Конвергенция қосымша екі үдерісті қамтиды. Көбісі кросс-медиа және мультимедиа ұғымдарын бір-бірінен ажырата алмайды. Алайда, екі ұғымды шатастыру үлкен қателік. Кросс-медиа бір материалдың бірнеше арналар арқылы берілуі. Мысалы, жаңа смартфон тұсаукесері жөніндегі ақпаратты жаңалықтар сайты, әлеуметтік желі, визуалды әлеуметтік желіде, теледидар, радио т.б. арналар арқылы беру. Ал мультимедиа бір материалды бірнеше ақпарат пішіндерінде қамту: видео, мәтін, аудио, инфографика т.б. Яғни, кросс-медиа бір материал, бірнеше арна арқылы берілсе, мультимедиа бір материалды бір арнада бірнеше пішінде ақпарат беру.

Журналист компетенциясының өзгеруі оперативті, универсалды болуын талап етуден көрінеді. Жаңа медиаға сай журналистің қызметі «One-person news»-ге негізделеді [16, 12]. Демек, интернет желіде ақпарат секунд сайын өзгеріп отыратындықтан, оперативтілік басты назарға алынады.

Контент мазмұнының өзгеруі мультимедиа арқылы көрінеді [17, 12]. Бір материал мазмұнында мәтіндік баяндау, сурет және инфографика арқылы түсіндіру, нақтылай түсу үшін аудио және видео қосымша беріледі. Сонымен қатар, контент мазмұны нақты, қысқа және нұсқа бола бастағаны байқалады.

Жаңа технологияларды меңгеру, сапалы контент жасау және жариялау, веб-редакция қызметін жетілдіру, олардың әдіс-тәсілдерін үнемі дамыту – мультимедиалық журналистикадағы контент мәселесін шешудің тиімді жолдарын айқындайды.

### Әдебиеттер

- 1 Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента: Автореферат дисс.на соис.уч.ст.канд. фил.наук. – М., 2009.
- 2 Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected 4. Era. 2016 // World Economic Forum: <http://goo.gl/f0Sra1>.
- 3 Costera Meijer I., Groot Kormelink T. Checking, sharing, 3. clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014 // Digit. Journal. 2014. № 1. August.
- 4 Кульчинская Д.Ю. Истоки мультимедийности в традиционных журналистских жанрах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2012. – №3. – С.94-95.
- 5 Лайкова Я.В. Медиаинфографика как формат медиатекста в российских онлайн-СМИ: автореферат дис.на соис. уч. ст. к.ф.н. – М., 2016.
- 6 Качкаева А.Г. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – М.: Фокус-Медиа, 2010. – С. 69-79.
- 7 Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М., 2010
- 8 Галецкий В. Критическая апология мультикультурализма // Дружба народов. – №2. – М., 2006. – С. 12-15.
- 9 Малеева Е.А. Интеграция СМИ и INTERNET в современной российской культуре: автореферат дис.на соис. уч. ст. к.культ.н. – Ярославль, 2016.
- 10 Wright Ch. (1982) Mass Communication: A Sociological. Perspective N.Y. (p.27)
- 11 Hamelink C., Halloran J. Memotal Lecture. Conversation with my Robot // Nordicism Review, Vol.30, Jubilee, 2009. –p.219.

- 12 Барлыбаева С., Рахимжанова Г. Новые медиа в мире и Казахстане: учебное пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 140 с.
- 13 Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. ISBN 978-5-7741-0267-9.
- 14 Newreporter.org/kz/
- 15 Баранова Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. – М., 2014. – 269 с. ISBN: 978-5-9916-3469-4
- 16 Поплавская Н.В. Новостной медиадискурс в современном онлайн-пространстве: автореферат дисс.на соис.уч.ст. канд. фил. наук. – М., 2017.
- 17 Modern Media Discourse (современный медиадискурс). – М., 2015. – 123 с.

#### References

- 1 Korotkova E.N. Mediportal kak sredstvo sozdaniya kachestvennogo kontenta: Avtoreferat diss.na sois.uch.st.kand.fil.nauk. – М., 2009.
- 2 Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected 4. Era. 2016 // World Economic Forum: <http://goo.gl/f0Sra1>.
- 3 Costera Meijer I., Groot Kormelink T. Checking, sharing, 3. clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014 // Digit. Journal. 2014. № 1. August.
- 4 Kul'chinskaja D.Ju. Istoki mul'timedejnosti v tradicionnyh zhurnalistskih zhanrah // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10. Zhurnalistika. – 2012. – №3. – S.-94-95.
- 5 Lajkova Ja.V. Mediainfografika kak format mediateksta v rossijskih onlajn-SMI: avtoreferat dis.na sois. uch. st. k.f.n. – М., 2016.
- 6 Kachkaeva A.G. Zhurnalistika i konvergencija: pochemu i kak tradicionnye SMI perevrashhajutsja v mul'timedejnye. – М.: Fokus-Media, 2010. – S. 69-79.
- 7 Shhepilova G.G. Reklama v SMI: istorija, tehnologii, klassifikacija. – М., 2010
- 8 Galeckii V. Kriticheskaja apologija mul'tikul'turalizma // Druzhba narodov. – №2. – М., 2006. – S. 12-15.
- 9 Maleina E.A. Integracija SMI i INTERNET vsovremennoj rossijskoj kul'ture: avtoreferat dis.na sois. uch. st. k.kul't.n. – Jaroslavl', 2016.
- 10 Wright Ch. (1982) Mass Communication: A Sociological. Petspective N.Y. (p.27)
- 11 Hamelink C., Halloran J. Memotal Lecture. Conversation with my Robot // Nordicism Review, Vol.30, Jubilee, 2009. –p.219.
- 12 Barlybaeva S., Rahimzhanova G. Novye media v mire i Kazahstane: uchebnoe posobie. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 140 с.
- 13 Amzin A. Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с. ISBN 978-5-7741-0267-9.
- 14 Newreporter.org/kz/
- 15 Baranova E.A. Konvergentnaja zhurnalistika. Teorija i praktika. – М., 2014. – 269 с. ISBN: 978-5-9916-3469-4
- 16 Poplavskaja N.V. Novostnoj mediadiskurs v sovremennom onlajn-prostranstve: avtoreferat diss.na sois.uch.st.kand.fil.nauk. – М., 2017.
- 17 Modern Media Discourse (современный медиадискурс). – М., 2015. – 123 с.