



XFTAP 19.61.31

Ш.Ы. Қалиаждарова<sup>1</sup>  
А.А. Ниязгулова<sup>2</sup>

Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті,  
Алматы, Қазақстан  
(E-mail: s.kaliazhdarova@mail.ru<sup>1</sup>, nijasgulova@mail.ru<sup>2</sup>)

## Қазақстандық телеарналар қызметінің YouTube платформасындағы жаңа мүмкіндіктері

**Аңдатпа.** Қазір Қазақстандық телеарналар цифрлық ортаға бейімделе бастады. Алайда олар жаңа ортаның ерекшеліктері мен талаптарын әлі толық меңгере қойған жоқ. Сол себепті түрлі мәселелер де туындап жатқаны сөзсіз. Телемамандардың айтуынша, дәстүрлі арналардың көрермендері жыл сайын азайып барады. Жастар аудиториясы теледидардан мүлде ашақтап кеткен. Бұған басты себеп – YouTube арналарының көбеюі. Бұл платформада электрондық ақпарат құралдарының басым бөлігі өз арналарын ашқан. Бірақ телеарналар эфирден өткен хабарларын желіге салуымен шектеліп келеді. Алайда YouTube хостингінің бейнеконтексте қоятын талаптар өзгеше. Осы тұрғыдан келгенде отандық арналардың желідегі қызметін жетілдіруге не кедергі келтіріп тұр, продакш студиялар неге ютубқа ауыса алмай жүр деген сауалдарға ғылыми тұрғыда жауап қарастырылады.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, отандық телеарналар аталған желіде біршама жұмыстар атқарған. Телеарналар YouTube-та негізінен ақпараттық өнімге мән беріп отыр. Ал желі аудиториясын ойын-сауықтық контент қызықтырып отырғанын ескерсек, арналарға бұл бағытта біраз ізденулеріне тура келеді. Мақалада бұл мәселеге де ғылыми тұжырым жасалған.

Сондай-ақ, зерттеу жұмысында YouTube платформасындағы қазақ тілді арналардың дамуына ықпал етіп отырған басты факторлар да ғылыми тұрғыда сараланады.

**Түйін сөздер:** YouTube, бейнехостинг, платформа, телебренд, телеформат, лайфхак, контент.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2021-134-1-59-64>

Түсті: 10.11.20 / Қайта түзетілді: 23.12.20 / Жарияланымға рұқсат етілді: 17.03.21

**Кіріспе.** Интернет желісінде порталдар мен бейнехостингтар қатары өте көп. Соған қарамастан YouTube онлайн бейнеконтент ұсынушы платформа ретінде ең алдыңғы орында тұр. Дүние жүзі бойынша бұл желіні қолданушылар саны екі миллиардқа жетсе,

80%-ға жуық интернет-қолданушылардың YouTube-та жеке аккаунттары бар [1]. Бұлардың қатарында Қазақстандықтар да жетерлік. «Genesis YouTube Qazaqstan» компаниясының директоры Самсон Безмятежныйдың ақпараттарына сүйенсек, аталған желіге аптасы-

на 9, айына 10 миллион адам кіреді. «Самый главный показатель, который показал прирост, – с четырех до шести миллионов в день. Несмотря на непродолжительные блокировки, число пользователей YouTube в Казахстане растет» [2].

YouTube-ты пайдаланушылар қатары артуының басты себебі желіде жұмыс істеу ыңғайлы, оңай, әрі қолжетімді және өнімді бір мезетте бірнеше мың адамның көруіне мүмкіндік зор.

Түрлі медиазерттеулерге сүйенсек, телеарна мен YouTube желісі арасындағы байланысқа әртүрлі пікір айтылады. Ресейлік танымал журналист Евгений Гуцал: «Новый телевизор – это YouTube. Классические СМИ сотрудничают с блогерами, приглашают их в качестве колумнистов, создают собственные страницы в социальных сетях» дей отырып, желідегі өнімнің мазмұны ғана емес, оны беру жолдарының өзгеше екендігін айтады. Маман бүгінде ұялы телефон арқылы көруге ыңғайлы вертикалды бейнеге деген сұраныстың жоғарылығын алға тартады [3]. Суинберн технологиялық университетінің профессоры (Виктория штаты) Жейсон Бейнбридждің пікірінше, телевизия цифрлық медиаформалар (YouTube пен түрлі интернет мемоларын өндіру) контентінің негізі. Сөйтіп, теледидар үнемі кез келген мөлшердегі цифрлық тарату платформасын контентпен қамтамасыз етуші болып қала береді. Бұған қоса аудитория телешоуларды теледидарсыз-ақ көре алады [4, 201 б.]. Бұл пікірге футурист Майк Уолш та қосылады. «Телевизияның ендігі кездегі мақсаты – бізді сайтпен байланыстыру. Теледидар алдағы уақытта веб-контент жасау үшін ғана өмір сүреді» [4, 202 б.]. Ал ресейлік телеменеджер К. Эрнстің сөзіне жүгінсек, телебрендтер енді екі түрлі өнім дайындауы керек. Бірі – дәстүрлі эфирге, екіншісі желі үшін. [5, 643 б.].

«Афиша Daily» басылымында жарияланған «YouTube против ТВ: как видеоблогеры копают могилу телевидению» мақаласында танымал блогерлер телеконтентті үнемі қадағалап отыратындықтарын айтады. Олардың сөзінше, желіде ТВ форматта дүние жасай-

тын болсаң, оны ешкім қабылдамайды. Сол себепті жаңа туындылар әкелуге тырысамыз. «Самое хорошее, что YouTube принял от телевидения – это сама структура видео: синхронно, стендапы, закадровый текст» [6].

Демек, ТВ мен YouTube екеуі екі түрлі алаң. Тарататындары аудиовизуалды өнім болғанымен, екі платформада талап өзгеше. Қазақстан телеарналарының басым бөлігі YouTube желісіне қосылған. Десек те, дәстүрлі арналар жаңа бейнехостингте жұмыс істеу дағдысын меңгере алып отыр ма, желіге салынған материалдар аудиториясын таба алды ма деген сауалдар туындайды.

**Талқылау.** Зерттеуге аталған желіде өзіндік орны бар, осы уақытқа дейін біршама аудитория жинақтаған 10 арна нысанға алынды. Олар: «Хабар» агенттігі, «Qazaqstan» ұлттық арнасы, «Хабар 24», «Атамекен» бизнес арнасы, «GAKKU TV», «Еуразия бірінші арнасы», «Той Думан», «31-арна», «КТК» және «7-арна».

«Genesis YouTube Qazaqstan» компаниясының деректеріне сүйенсек, желіде ең көп қаралым жинайтын музыкалық контент, одан кейін ойын-сауықтық, үшіншісі – «қолымен жасалған бұйымдар», лайфхактар турасындағы өнім, ал төртінші орында «жаңалықтар». Статистика бойынша, YouTube-та жоқ дегенде, айына бір рет авторлық туынды ұсынатын мыңға жуық арна тіркелген. Ал қазақстандықтар айына бір миллиардтан астам бейне-материал қарайды [2].

Жоғарыда назарға алынған арналардың ішінде бүгінгі күні YouTube желісіндегі ең танымалы – Gakku TV. Музыкалық арнаның 2,44 млн. оқырманы бар. Екінші орында ойын-сауықтық бағытты ұстанатын «7-арна» тұр. Оның аудиториясы 2,19 млн. адам. Ал келесі орынды 1,97 млн көрермені бар «Той Думан» арнасы алып отыр. Төртінші, «Хабар» агенттігі (1,78 млн. жазылушы), бесінші орында «Qazaqstan» ұлттық арнасы (1,77 млн. жазылушы) тұр (05.11.2020 күнгі көрсеткіш бойынша).

Енді көрермені көп осы арналардың қаралым жинап отырған жобаларына талдау жасайық. «Gakku» және «Той Думан» – музыкалық контентпен, әсіресе, әншілердің бейнебаяндары арқылы көрермен жинап отыр.

Сондай-ақ, «Lovonter/Бір тоқсан» қысқаметражды жастарға арналған фильмі 1-сериясынан бастап миллионнан астам қаралым жинаған. Фильмнің барлық сериясының қаралымы миллионнан түспеген. Алғашқы шығарылымына 70 мың адам лайк, 1,6 мың адам дизлайк қойса, 6 мыңға жуық көрермен пікір қалдырған.

Сондай-ақ, аталған музыкалық арналар алғашқылардың бірі болып тек YouTube желісінде шығатын жобаларды қолға алды. Олар – «Tiktokhana», «Tunda» жобалары. «Tiktokhana»-ның 11 шығарылымын орта есеппен 100 мыңнан астам адам көрген. Осы шығарылымдарға лайк басқандар қатары орташа есеппен 7 мыңнан асса, әр шығарылымға мыңнан аса адам пікір білдіріп, жауап алып отырған.

Қазақстандық ютубың ойын-сауықтық сегменті телеарналардағы түрлі әзіл-сықақ жобалары мен «Жайдарман» КВН тобының өнімдері толықтырып отыр десек артық айтқандық емес. Сонымен бірге, Instagram-нан YouTube желісіне кеткен отандық вайнерлер өнімі де аудитория қызығушылығын тудыруда [7].

**Зерттеу әдістері.** Бүгінде YouTube платформасында әр арнаның жаңалықтар қызметінің белсенділігін байқауға болады. Біраз уақыт бұрын арналар желіге Жаңалықтардың толық нұсқасын ғана салып келсе, енді әр бейнематериалды бөлек жүктеп, сол арқылы басқа да желілерге сілтеме жасауды жолға қойған. Ютубта әр арнаның Жаңалықтар қызметінің жеке парақшасы бар.

Төменде рейтингісі жоғары Қазақстандық 4 арнаның 02.11.2020 күнгі шығарылымы бойынша сараптама жүргіздік. Сонда көз жеткізгеніміз, «Информбюро» (31-арна) ақпараттарын желіге салынғаннан кейінгі бір сағаттың ішінде 1694, «Атамекен» бизнес арнасын 294 адам көрген. Ал дәл осы күнгі жаңалықтарын ютубқа салғаннан кейінгі үш сағаттың ішінде КТК арнасының ақпараттарын 16 680, «Басты жаңалықтар» (Еуразия бірінші арнасы) 2,2 мың қаралым жинаған.

Сарапшылар пікіріне сүйенер болсақ, желіге басты ақпараттарды дер кезінде салу керек. Эфирдегі жаңалықтарды күтіп оты-

рудың қажеті жоқ. Желігі жаңалықтардың қысқа-нұсқасын бере отырып, көрерменді дәстүрлі эфир таралымына тарту қажет. YouTube үшін тегтерді таңдау, кілт сөздермен дұрыс жұмыс жасау маңызды. Өйткені аудиторияның басым бөлігі іздеу жүйесін пайдалану арқылы арна көрерменіне айналады.

Әзірге біздің арналар дәстүрлі эфирдегі ақпараттарды сол қалпында желіге жүктеп отыр. Мамандардың айтуынша, теледидар контентін желіге бейімдемей салу – үлкен қателік. Дәл қазір телемамандар блогерлердің алгоритмі бойынша жұмыс істеулері қажет. «В интернете новостной интернет-сюжет должен стремиться к динамике, быть смонтированным с учетом клипового мышления, с использованием мем-вставок» [8].

Самсон Безмятежныйдың сөзіне жүгінсек, 2018 жылдан бастап ютуб желісінде қазақтілді контент көбейген. Дәстүрлі телеарналардың жобаларын есепке алмай, YouTube-та жеке арнасын қазақ тілінде жүргізіп отырғандар қатары да артқан.

Желідегі туындылардың барлығын кәсіби тұрғыда сапалы деп айту қиын. Десек те, қазір бұл арнаға кәсіби журналистер де қосылып, әлеуметтік желілерді тиімді пайдаланып жүр. Олардың көпшілігі аудиторияға теледидар арқылы танымал болғандар. «Қазақстан» ұлттық арнасының журналисі Нартай Аралбайұлы түрлі сала мамандарымен онлайн түрінде көптеген тартымды сұхбаттар жүргізіп, Ютуб әлеуметтік желісі арқылы таратты. Жұрттың оны ықыласпен қабылдап жатқанын көрермендер санынан және олардың кері байланысынан аңғаруға болады [9].

Бүгінде Нартай Аралбайұлының арнасына 58,1 мың адам жазылған. Осы уақытқа дейін 90 бейнематериал жүктеліпті. Бейнеконтенттің басым бөлігі сұхбат жанрында. Ғалым Қуандық Шамахайұлының сөзіне жүгінсек, кәсіби журналистер желіні ресми парақшаға айналдырып, сенімді ақпарат көзі, шынайы мәліметтер нысаны етіп, жаңалықтар таратуға, іскерлік ой-пікір алаңына айналдыру үрдісі пайда болып келеді [9].

Бұл үрдісті Gakku арнасының экс-продюсері Тимур Балымбетов те тиімді пайдалануда. Оның YouTube-қа келуіне аз ғана уақыт

өтсе де «Balı KZ» (66.8 мың көрермен арнаға жазылған) және ер-азаматтарға арналған «ER-BATYR» (3,54 мың көрермен арнаға жазылған) жобалары өнер, кино және мадиа саласына қатысты біраз мәселелерді көтерді.

Сонымен қатар, журналист Олжас Оқастың да «QAZ Kolesa KZ» (281 мың көрермен) – көлік және оны тізгіндеушілерге осы салада ғана ақпарат беретін бірден бір қазақ тілді ютуб арна.

«New Old Qazaqtar / Не болды қазақтар?» ютуб арнасына берген сұхбатында Олжас Оқас: «Болашақта біраз журналистер ютубқа келеді. Бұл платформада ең бастысы өнім жасау арзан және ой еркіндігі бар. Ал қазір Kaz YouTube-қа қазақ тілді жобалар аса қажет, оған сұраныс артып отыр», – деді. Осы хабардың тағы бір қонағы танымал тележурналист Гүлмира Әбіқай да КТК телеарнасындағы «Дау-дамайсыз» бағдарламасының ютубтағы қаралымның жоғары екендігін айтады [10].

Аталған желіде жоба жасап жүрген мамандардың пікіріне сүйенсек, қазір телеарналарға арқа сүйенп отырған продакшн студиялар жеткілікті. Егер олар өнімдерін ютуб арнасын ашу арқылы көрерменге ұсынатын болса, тәуелділіктен құтылады. Бірақ телесала мамандары мұны әзірге жеткілікті түрде түсініп отырған жоқ.

**Зерттеу нәтижелері мен қорытынды.** Қазақстан телеарналарының желідегі қыз-

метіне сараптама жасау барысында олардың көпшілігі эфирден өткен хабарларын ютубқа жүктеумен отыр. YouTube-қа бейімделген жобалар жоқтың қасы. Дегенмен де, дәстүрлі эфирден берілетін хабарларының арқасында желіде көрермен жинап YouTube бейнехостингінің батырмаларын алып жатқан арналар бар. Олардың көшін 2019 жылдың тамыз айында «Хабар» арнасы бастап, Алтын батырманы иеленсе (1 млн. жазылушысы болғанда берілді), одан кейінгі алтынды 31-арнаның «Информбюро» парақшасы алды. Ал Күміс батырмаға «Хабар» агенттігінің «Хабар TANYM» және «Kazakh TV» телеарнасы қол жеткізді. Қазіргі күні агенттіктің барлық телеарнасының YouTube желісінде 6 млн. көрермені бар [11].

Қазақстандық телеарналарға цифрлық ортаның ерекшеліктерін әлі де болса жіті түсіну қажеттілігі туындап тұр. Өйткені YouTube желісін пайдалану құралдары мен ондағы аудитория пікірімен санасу мәселесіне назар аударған жөн. Себебі қандай арна болмасын, оның негізгі қозғаушы күші – көрермен. Бүгінде телеарнаға көрермен үстемдік етіп тұр. Сол себепті Отандық арналар екі жаққа да, яғни дәстүрлі эфир таралымы мен Ютуб үшін де сапалы, мазмұны жоғары өнім дайындауға мәжбүр. Дәл қазір аталған осы екі бейнеалаңға «хайпқа» емес, халыққа қажет әртүрлі бағыттағы қазақтілді жобалар аса қажет.

### Әдебиеттер тізімі

1. 12 цифр о YouTube, которые важно знать в 2020 году [Электрон. ресурс] – URL: <https://supa.ru/blog/posts/12-tsifr-o-youtube-kotoryie-vazhno-znat-v-2020-ghodu> (Қаралған күні: 01.11.2020).
2. Муминов А. Казахстанский рынок YouTube монетизируется слабо. [Электрон. ресурс] – URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/kazahstanskij-rynok-youtube-monetiziruetsya-slabo> (Қаралған күні: 04.11.2020).
3. Каменщиков Д. Евгений Гуцал: «Новый телевизор – это YouTube» [Электрон. ресурс] – URL: <https://yeltsin.ru/news/evgenij-gucal-o-staroj-zhurnalistiche-i-novyh-media/> (Қаралған күні: 25.10.2020).
4. Бейнбриж Ж., Гок Н., Тайнан Л. Медиа және журналистика: теория мен практикаға жаңа көзқарас. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, –2019. - 202 б.
5. Третьяков В. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. -Москва: НИЦ «Ладомир», - 2015. - 643 с.
6. Сотник Н. YouTube против ТВ: как видеоблогеры копают могилу телевидению [Электрон. ресурс] – URL: <https://daily.afisha.ru/brain/3124-YouTube-protiv-tvkak-videoblogery-kopayut-mogilu-televideniyu/> (Қаралған күні 02.10.2020).

7. Tiktokhana: Масканы киіп қарайтын выпуск [Электрон. ресурс] – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=auXS\\_ewkkHc](https://www.youtube.com/watch?v=auXS_ewkkHc). (Қаралған күні 23.10.2020).
8. Вырковский А.В. СМИ на краю пропасти: есть ли жизнь «в цифре»? [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uenOHwZLgTU>. (Қаралған күні 25.10.2020)
9. Шамахайұлы Қ. Журналистер әлеуметтік желілерді тиімді қолдануда. [Электрон. ресурс] – URL: [https://baq.kz/news/othernews/zhurnalister-leumettik-zhelilerdi-tiimdi-oldanuda-uandy-shamakhayly/?sphrase\\_id=48382963](https://baq.kz/news/othernews/zhurnalister-leumettik-zhelilerdi-tiimdi-oldanuda-uandy-shamakhayly/?sphrase_id=48382963) (Қаралған күні 15.10.2020).
10. «New Old Qazaqtar / Не болды қазақтар?». ТВ тозды ма, ютуб озды ма? [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YGUGXNnQM8c>. (Қаралған күні 06.11.2020).
11. «Хабар» Агенттігі YouTube желісінің күміс батырмасын алды [Электрон. ресурс] – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=KP-GsB8b\\_o0](https://www.youtube.com/watch?v=KP-GsB8b_o0) (Қаралған күні 01.10.2020).

### Ш.Ы. Калиждарова, А.А. Ниязгулова

*Международный университет информационных технологий, Алматы, Казахстан*

#### Новые возможности функционирования казахстанских телеканалов на платформе YouTube

**Аннотация.** Сегодня казахстанские телеканалы активно адаптируются к цифровой среде. Однако они еще не полностью освоили новые возможности и требования, из-за чего возникают различные проблемы. По оценкам экспертов телевидения, количество зрителей традиционных каналов с каждым годом сокращается. Молодежная аудитория полностью отстранена от телевидения. Основная причина этого – увеличение количества каналов на YouTube. Большинство электронных СМИ открыли собственные каналы на этой платформе. Однако телеканалы могут транслировать свои передачи только в режиме онлайн, в то время как требования к хостингу YouTube для видеоконтента другие. С этой точки зрения мы ищем научные ответы на вопросы, что мешает совершенствованию онлайн-сети отечественных каналов, почему небольшие продакшн-студии не могут перейти на YouTube.

Результаты исследования показывают, что отечественные телеканалы проделали большую работу в этой сети. Телеканалы на YouTube в основном ориентированы на информационные продукты, а с учетом того, что онлайн-аудитория интересуется развлекательным контентом, каналам необходимо проводить соответствующие исследования в этом направлении.

В статье дается научное заключение по этому поводу и проводится научный анализ основных факторов, способствующих развитию казахоязычных каналов на YouTube.

**Ключевые слова:** YouTube, видеохостинг, платформа, ТВ-бренд, телеформат, лайфхак, контент.

### Sh.Y. Kaliazhdarova, A.A. Niyazgulova

*International University of Information Technology, Almaty, Kazakhstan*

#### New opportunities of Adaptation of Kazakhstan TV channels to the YouTube platform

**Abstract.** Now Kazakhstani TV channels are adapting to the digital environment. However, they have not yet fully understood the capabilities and requirements of the new environment. There are undoubtedly different problems. According to television experts, the number of viewers on traditional channels is decreasing per year. The youth audience is completely excluded from television. The main reason for this is the increase in the number of YouTube channels. Most of the electronic media have opened their own channels on this platform. But, TV channels can only broadcast their programmes online. However, the YouTube hosting requirements for video content are different. From this point of view, we are looking for scientific answers to the question of what prevents the improvement of the online network of domestic channels, why small production studios cannot take over YouTube.

The results of the study show that domestic TV channels have done a great job in this network. TV channels on YouTube are mainly focused on information products. And given that online audiences are interested in

entertainment content, channels will have to do some research in that direction. The article also provides a scientific opinion on this matter.

The study also provides a scientific analysis of the main factors contributing to the development of Kazakh-language channels on YouTube.

**Keywords:** YouTube, video hosting, platform, TV brand, teleformat, life hack, content.

## References

1. 12 cifr o YouTube, kotorye vazhno znat v 2020 godu [12 YouTube numbers you need to know in 2020] [Electronic resource] Available at: <https://supa.ru/blog/posts/12-tsifr-o-youtube-kotoryie-vazhno-znat-v-2020-ghodu> (Accessed: 01.11.2020). [in Russian]
2. Muminov A. Kazahstanskii rynek YouTube monetiziruetsya slabo [Kazakhstan YouTube market is poorly monetized] [Electronic resource] Available at: <https://inbusiness.kz/ru/news/kazahstanskij-rynek-youtube-monetiziruetsya-slabo> (Accessed: 04.11.2020). [in Russian]
3. Kamenshchikov D. Evgenii Gucal: «Novyi televizor — eto YouTube» [Evgeny Gucal: “New TV is YouTube”.] [Electronic resource] Available at: <https://yeltsin.ru/news/evgenij-gucal-o-staroj-zhurnalistike-i-novyh-media/> (Accessed: 25.10.2020). [in Russian]
4. Beinbrizh Zh., Gok N., Tainan L. Media zhəne zhurnalistika: teoriya men praktikara zhana kozkaras [Media and journalism: a new approach to theory and practice] (Almaty, «Uttuk audarma biurosy» kogamdyk kory, 2019, 202 p.). [in Kazakh]
5. Tretyakov V. Teoriya televideniya. TV kak neoyazychestvo i kak karnaval [Theory of television. TV as neo-paganism and as carnival] (Ladimir, Moscow, 2015, 643 p.). [in Russian]
6. Sotnik N. YouTube protiv TV: kak videoblogery kopayut mogilu televideniya [YouTube vs TV: How video bloggers are digging the grave of TV] [Electronic resource] Available at: <https://daily.afisha.ru/brain/3124-YouTube-protiv-tv-kak-videoblogery-kopayut-mogilu-televideniya/> (Accessed: 02.10.2020). [in Russian]
7. Tiktokhana: Maskany kiip qaraityn vypusk [The issue that needs to be watched wearing masks] [Electronic resource] Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=auXS\\_ewkkHc](https://www.youtube.com/watch?v=auXS_ewkkHc). (Accessed: 23. 10.2020). [in Kazakh]
8. Vyrkovskii A.V. SMI na krayu propasti: est li zhizn «v cifre»? [The media is on the verge of extinction: is there life in figures?] [Electronic resource]-21.01.2019 Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=uenOHwZLgTU> (Accessed: 25. 10.2020). [in Russian]
9. Shamahaiuly K. Zhurnalister aleumettik zhelilerdi tiymdi qoldanuda [Journalists effectively use social networks] [Electronic resource]-20.04.2020 Available at: [https://baq.kz/news/othernews/zhurnalister-leumettik-zhelilerdi-tiymdi-oldanuda-uandy-shamakhay-ly/?sphrase\\_id=48382963](https://baq.kz/news/othernews/zhurnalister-leumettik-zhelilerdi-tiymdi-oldanuda-uandy-shamakhay-ly/?sphrase_id=48382963) (Accessed: 15. 10.2020). [in Kazakh]
10. «New Old Qazaqtar / Ne boldy kazaktar?». TV tozdy ma, yutub ozdy ma? [«New Old Qazaqtar / What happened Kazakhs?». Is the TV worn out or won?] [Electronic resource] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=YGUGXNnQM8c>. (Accessed: 06.11.2020). [in Kazakh]
11. «Habar» Agenttigi YouTube zhelisinin kumis batyrmasyn aldy [Khabar Agency received a silver button on YouTube] [Electronic resource] Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=KP-GsB8b\\_o0](https://www.youtube.com/watch?v=KP-GsB8b_o0) (Accessed: 01.10.2020). [in Kazakh]

### Авторлар туралы мәлімет:

**Қалиаждарова Шынар** – негізгі автор, ассистент профессор, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан.

**Ниязгулова Айгүл** – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы, Қазақстан.

**Kaliazhdarova Shynar** – **The main Author**, Assistant Professor, International University of Information Technology, Almaty, Kazakhstan.

**Niyazgulova Aigul** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, International University of Information Technology, Almaty, Kazakhstan.