



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

ҚАЗАҚСТАН МЕН РЕСЕЙДІҢ ӨНІРЛІК МЕРЗІМДІ БАСПАСӨЗІНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Жанысбаева Ақниет Пернебайқызы

akniet.zhanysbayeva@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ журналистика

Мамандығының 1 курс докторанты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – М.Б.Шиндалиева

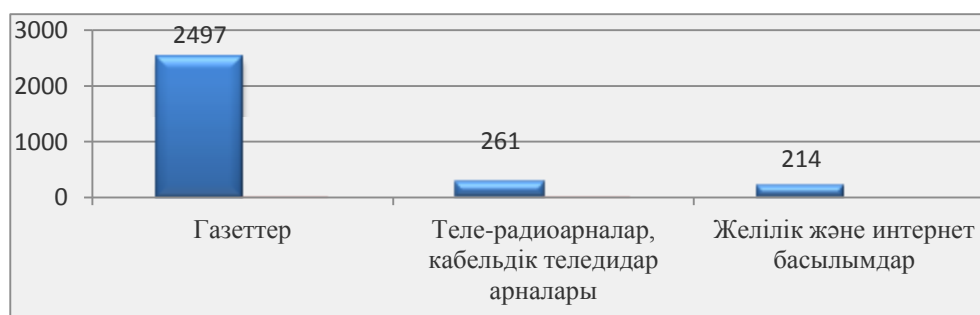
Тәуелсіздік пен егемендік алған сәттен бастап Қазақстан Республикасында бұқаралық ақпарат құралдары саласында түбегейлі қайта жаңғыру басталды. Бұл ретте азаматтардың құқықтары мен бостандықтарын заңнамалық қамтамасыз етуге ерекше назар аударылды. Ең алдымен, бұл дамыған және ұйымдық жағынан мықты және тәуелсіз БАҚ - тың болуы демократиялық қоғамның негізгі белгілерінің бірі болып табылады. Қазақстан Республикасы тәуелсіздік алғанға дейінгі БАҚ жұмысының дамуын бірнеше кезеңге бөліп қарауға болады.

Бірінші кезең - 1992 жылға дейінгі уақыт, бұқаралық ақпарат құралдары нарығында кеңес заманынан бізге мұра ретінде қалған мемлекеттік монополия. Осылайша нарықта 21 телерадиокомпания және 10 баспасөз болды.

Екінші кезең - 1992-1996 жылдары Қазақстанның тәуелсіз БАҚ қалыптасуы кезеңі болып табылды, ол жекеменшік компаниялар санының күрт өсуімен, мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдары санының азаюымен сипатталады.

Үшінші кезең - 1997 жылдан басталады, бұқаралық ақпарат құралдарын ырықтандыру, медиа нарықта сапалық және сандық өзгерістер енуімен сипатталады. Біріншіден, мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдары мен осы нарықта жұмыс істейтін өндірістік кәсіпорындарды (полиграфиялық компанияларды, киностудияларды және т. б.) жекешелендіру басталды. Екіншіден, БАҚ-ты тікелей қаржыландырудан бүкіл қоғам үшін әлеуметтік маңызы бар тақырыптарды анықтауға мемлекеттік ақпаратқа тапсырыс беру үрдісіне көшті. Бұл ретте мемлекеттік тапсырыс шеңберінде конкурстық негізде кез келген БАҚ қаржыландыру алуы мүмкін деп болжалды. Үшіншіден, республикада жарнама нарығының өсуі басталды, атап айтқанда, жарнама, дамыған елдерде БАҚ нарығы өсуінің негізгі қозғаушы күші болып табылады.

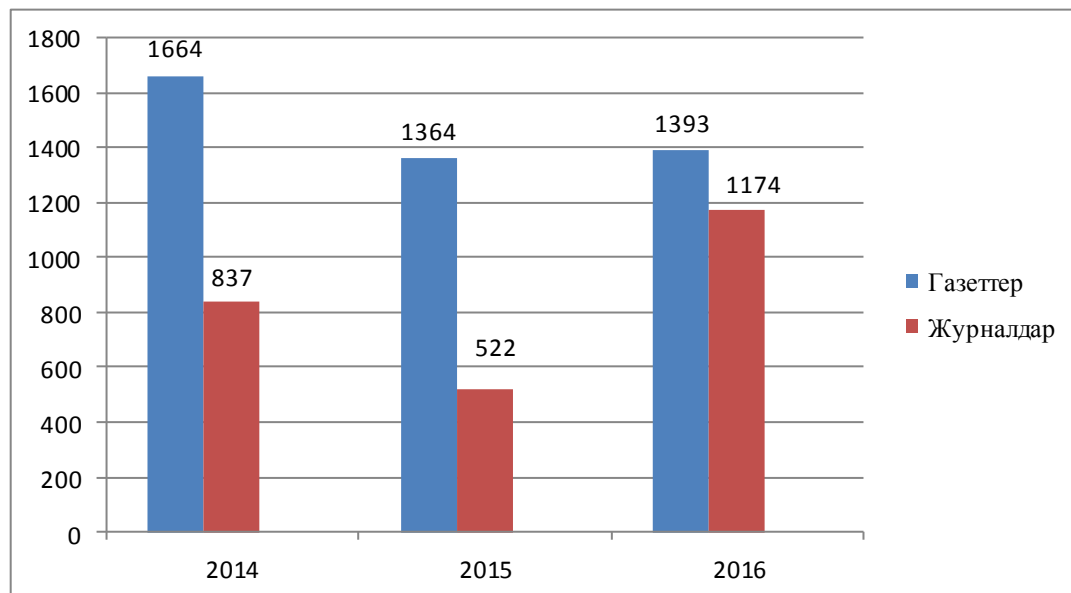
Төртінші кезең - ХХІ ғасырдың бірінші онжылдығының аяғында басталды, қазақстандық медиа-нарықтың сапалы серпіліс кезеңі деп атауға болады. Интернеттің Қазақстан азаматтарының күнделікті өміріне жаппай кіруі БАҚ-ты ақпараттандыру бойынша өзінің дәстүрлі функцияларынан тікелей тұтынушымен коммуникация жағына қарай көңіл аударуға мүмкіндік туды [1]. Яғни қазіргі уақытта біз бұқаралық ақпарат құралдарымен ғана емес, бұқаралық коммуникация құралдарымен де тығыз байланыстамыз. Бұл ретте БАҚ функциясы ғана емес, коммуникация мен ақпаратты қабылдау арналары да өзгерді. Қазіргі таңда Қазақстан аумағында 2972 бұқаралық ақпарат құралдары жұмыс істейді екен.



Сурет 1. Қазақстанда жұмыс істейтін БАҚ саны.

Деректер: Қазақстан аумағында жұмыс істейтін БАҚ бойынша ҚР ҰЭМ және АҚМ Статистика жөніндегі комитетінің деректерінен алынды. Ұлттық экономика

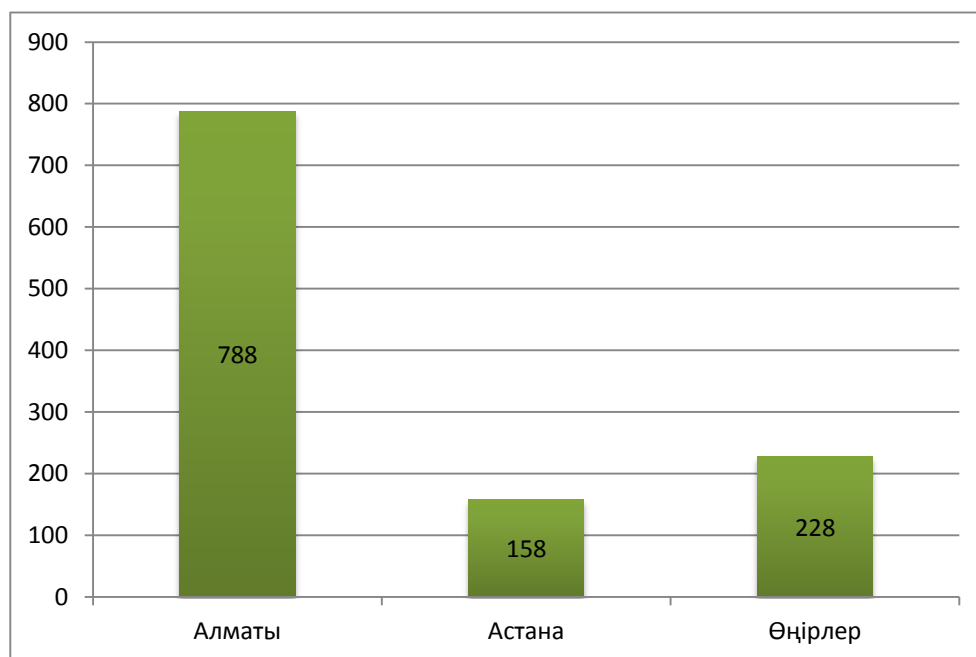
Бұл ретте, жұмыс істеп жатқан БАҚ саны өткен жылға қарағанда 10%-ға өскен. Қазақстандық нарықтағы баспасөз өнімінде қызықты өзгерістер орын алуда. Газеттердің саны соңғы үш жылда төмендеген, бұл ең алдымен, газеттерге жедел ақпарат көзі ретінде сұраныстың азаюына байланысты. Ал журналдар саны үш жылдың динамикасында тұрақты болмай, 2016 жылы газеттер санымен тең түскен.



Сурет 2. Газеттер мен журналдар ара қатынасы өзгерісінің динамикасы.

Деректер: Қазақстан аумағында жұмыс істейтін БАҚ бойынша ҚР ҰЭМ және АҚМ Статистика жөніндегі комитетінің деректерінен алынған.

Өңірлердегі БАҚ-та келесідей жағдай қалыптасуда: журналдардың ең көп саны Алматыда (67%) және Астанада (14%) шығарылады және 19% ғана Қазақстандық басқа өңірлерінен жарық көреді екен.

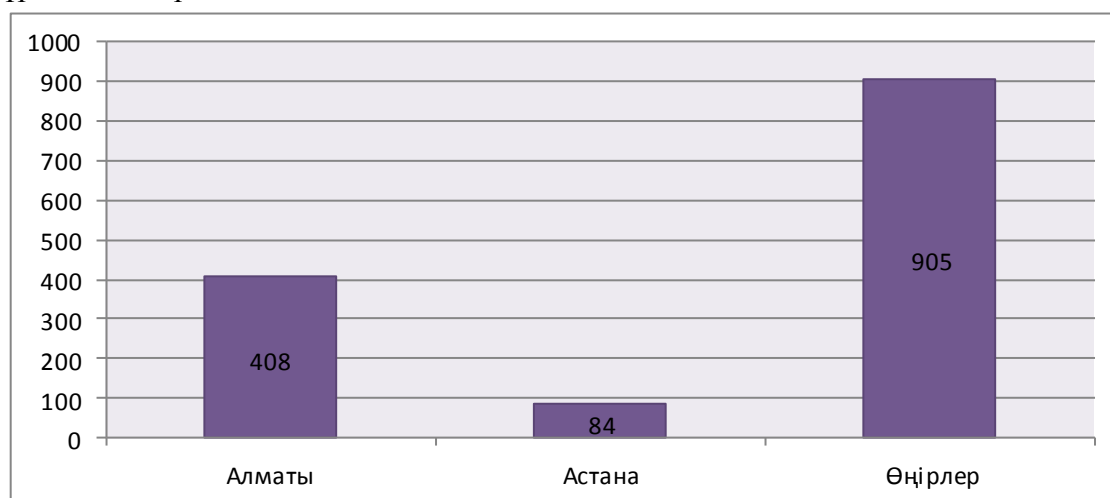


Сурет 3. Өңірлердегі журналдар санының үлесі

Кесте – 1. Өңірлердегі журналдар саны

Облыс	Журналдар саны
Ақмола	16
Ақтөбе	12
Атырау	5
Алматы	14
ШҚО	23
Жамбыл	6
БҚО	13
Қарағанды	31
Қостанай	18
Қызылорда	12
Маңғыстау	6
Павлодар	25
СҚО	10
ОҚО	37

Басылымдар көрсеткіші Астана мен Алматыда шығатын газеттердің - 35%, өңірлерге - 65% тиесілі болып отыр [2]. Көріп отырғанымыздай, Қазақстанның өңірлерінде газеттерге деген сұраныс жоғары.



Сурет 4. Өңірлердегі газеттер санының үлесі

Кесте 2-кесте. Өңірлердегі газеттердің жалпы саны

Облыс	Журналдар саны
Ақмола	62
Ақтөбе	35
Атырау	34
Алматы	53
ШҚО	79
Жамбыл	40
БҚО	56
Қарағанды	100
Қостанай	71
Қызылорда	69
Маңғыстау	23
Павлодар	58
СҚО	52
ОҚО	173

Деректер: Қазақстан аумағында жұмыс істейтін БАҚ бойынша ҚР ҰЭМ және АҚМ Статистика жөніндегі комитетінің деректерінен алынған.

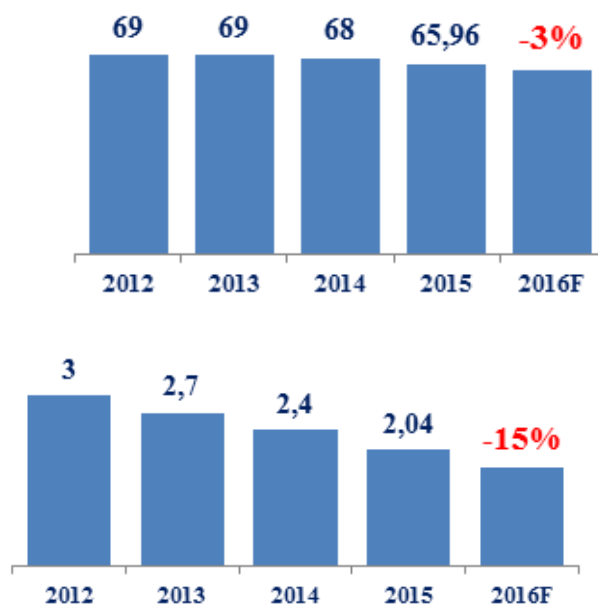
Электрондық бұқаралық ақпарат құралдары да шамамен осындай көрсеткішке ие, шамамен олардың 30%-ы Алматы мен Астанаға және 70%-ы қалған өңірлерге тиесілі. Радиостанциялардың саны бойынша алдыңғы қатарда Алматы мен Астанадан да көп Қарағанды облысы (Қарағанды қаласы мен облыста 10 радиостанция жұмыс істеп тұр екен).

Қазақстандық БАҚ тілдік бағытталуы өңірлерге қарай ерекшеленеді. Мысалы, Қарағанды облысында БАҚ-тың 36% орыс тілді, 61%-ы екі және одан да көп тілде, және тек 3%-ы ғана қазақ тілінде жұмыс істейді екен. Жамбыл облысында 21% орыс тілді БАҚ, 23%-ы қазақ тілінде және 56%-ы екі тілде жұмыс істейді. Алматы қаласында 19%-ы қазақ тілді, 46%-ы орыс тілді, 35 % екі және одан да көп тілде эфирге шығарылады екен. [3]

БАҚ-тың басым бөлігі, орта есеппен алғанда барлық түрлері бойынша медиа нарықтың 70%-нан астамы тәуелсіз болып табылады, бірақ соңғы үш жылда мемлекеттік БАҚ-тың үлесі өскен. Мәселен, 2014 жылы мемлекеттік БАҚ үлесі барлығы 16% болса, қазіргі уақытта ол 25%-ды құрайды [2].

2015 жылы ресейлік БАҚ-тың нарығында дағдарыс жағдайы күрделене түскен екен. Осы саланың сарапшыларының айтуынша, елдегі бұқаралық ақпарат құралдарындағы дағдарыс елдегі жалпы экономикалық және валюта- қаржылық дағдарыстан туындайтынын айтады.

2016 ж. Ресейдің БАҚ салаларының даму деңгейі, млрд рубль және млрд данамен есептегендетөмендегідей көрсеткішке ие.



Дерек көзі: Роспечать, ГИПП, АРПП, эксперттік бағалау және мониторинг негізінен алынды.

Бүгінде Ресей Федерациясында (оның ішінде 15 халықаралық) 4 ұлттық дистрибьютор, 8 федеральдық және 100-ге тарта аймақтық көтерме сатып алушылар және 550 жеке - дара ақпарат құралдарын таратушы ұйымдар бар екен. Мерзімді баспасөз өнімдерін коммерциялық сату 40 мыңнан астам пошта бөлімшелерінде және интернет-дүкендерде газеттер мен журналдарды сатуға арналған сөрелерді есептемегенде 41 мыңға жуық мамандандырылған бөлшек сауда орындары арқылы (дүңгіршек, науа, баспасөз сөуелері) жүзеге асырылады.

Бар проблемаларға карамастан елдің басылым нарығында да жағымды өзгерістер болып тұрады. 2015 жылы баспагерлердің күш салуымен ФГУП «Ресей поштасы» және Ресей Федерациясы (Ресей коммуникация министрлігі) жаппай коммуникация министрлігінің аймақтық баспасөздің БАҚ жөніндегі сараптамалық кеңесінің күш салуы арқасында баспасөзге жазылуды ұйымдастыру процесін жетілдіру және негізінен жазылу айналымын тұрақтандыруға қабілетті болған [4].

Ресей БАҚ-тары біздің еліміз үшін әлемдік масштабтағыдай басылым баспасөзі, теледидар, интернет және радиохабарлары маңызды ақпарат тасымалдаушы болып қала береді. Сонымен қатар төтенше жағдайларда жалғыз сенімді ақпарат көзі баспасөз болып қала береді. Мысалы, Украинаның Херсон облысында трансмиссиялық мұнара жарылысынан кейін және Қырымды энергиямен жабдықтау проблемалары туындаған кезде, 2015 жылдың 22 қарашасында ол жерлерде газеттерге деген сұраныс бірнеше есеге өскен. Теледидар жұмыс істемегендіктен, ал интернетке кіру үлкен қиындық туғызған және андасанда ғана мүмкін болып жатқанда, баспасөз дүңгіршектері жарты -арал тұрғындары үшін іс жүзінде соңғы жаңалықтарды бере алатын жалғыз құрал болады. Дүңгіршек сатушыларының куәлік етуіне қарағанда, Алушта қаласында «Сатылымға аз ғана кешегі жаңалықтар басылған газеттердің түскеніне қарамастан, электр жарығы болмаған күндері баспасөз киоскілерінің маңына таңертемен көптеген адамдар жиналып отырған».

Баспасөз құралдары бүгін, әрине, өзгеруі қажет. Атап айтқанда, интерактивті журналистика бағдарламасының Нью-Йорк университеті ректоры Дж.Джарвис: «БАҚ, ең алдымен, аудиторияны бұқара ретінде қабылдауын тоқтату керек» [5], - деп санайды. Мұндай түсінік ақпаратты таратудың бұрынғы әдістерінде қалыптасқан, медианың өзі туғызған бұқара идеясы, өздеріне кері келіп тұр. Бүгінгі медианарық өз жұмысын басқаша қарастыруы керек, тұрғындардың өмірін жақсартатын және ыңғайлы ететін сервис қызметі болуы керек. Бұл үшін аудиторияны адамдар мен олардың мүдделерінің нақты бірлестігі деп қабылдау керек сияқты.

Жаһандық және жаппай ақпарат бұқаралық ақпарат құралдарының отандық дамуында дәстүрлі газеттер мен журналдар қысқаруда, өйткені «қағаздан» ғаламторға ауысып, көптеген басқа ұқсас ресурстар арасындағы бәсекелестік жоғарылауда. Сондықтан баспасөздің қағаз нұсқасы, яғни, газетте кез-келген елде сапалы баспасөз басылымдарының оқырманы болып табылатын ең озық және бай аудитория жинау үшін элиталық өнім ретінде газет сапалы болуы шарт.

2015 жылдың қарашасының соңында Азаматтық бастамалар комитетінің (КГИ) тапсырысы бойынша даму индексі медиа саласы деп, аталатын баспа институтын дамыту тұрғысынан 85 ресейлік өңірлердің рейтингін жариялады.

Индексті есептеу үшін бес түрлі индекске бөлінген түрлі индикаторлар пайдаланылды.

- 1) Баспасөз БАҚ жұмысының инфрақұрылымы мен қоршаған орта жағдайы (10 дана)
- 2) Билік органдары мен қоғамдық ұйымдардың бұқаралық ақпарат құралдарының жұмысына әсері (10 көрсеткіш)
- 3) Тұтыну арналарына, сыртқы тұтынуға және ақпаратқа деген сұраныс деңгейі (11 көрсеткіш)
- 4) Бұқаралық ақпарат құралдарының жағдайы (11 көрсеткіш)
- 5) БАҚ-тың мазмұны (8 көрсеткіш)

Индикатор қоғамдық аймақтық статистика негізінде есептелген. (Standart&Poor's компаниясы, тәуелсіз аймақтық баспа - Баспасөз Дистрибуторлар қауымдастығы, «Госзатраты» жобасы және т.б.) елдің барлық аймақтарындағы сараптамалық бағалау және бұқаралық сауалнама болып табылады (барлығы 34 мың адамға сауалнама жүргізілген). Ресей Федерациясы аймақтардағы медиа салалардың даму индексіндегі әртүрлі деңгейді көрсетеді.

Оң деңгей. Әдетте инфрақұрылымы, энергетика және бизнесі дамыған аймақта, БАҚ арқылы қоғаммен өзара іс-қимылда белсенді жұмыс жасайтын өңірде сапалы ақпаратқа үлкен сұраныс бар.

Қанағаттанарлық деңгей. Бұл аймақтар қажетті инфрақұрылымға ие және БАҚ-тар арқылы белсенді өзара әрекеттесудің әртүрлі деңгейлерінде билікте жүзеге асырады. Аудиторияның сапалы ақпаратқа деген сұранысының азайған және тәуелсіз БАҚ-тар шектеулі болған жағдай әсер етеді.

Қанағаттанарлықсыз деңгей. Бұл аймақтарда әлсіз инфрақұрылымы бар. Бизнес пен билік БАҚ арқылы қоғамнан өзара қарым-қатынаста белсенді емес және аймақта сапалы ақпаратқа сұраныс төмен. Тәуелсіз БАҚ-тың функциялық қызметі төмен дәрежеде дамыған.

Сыни деңгей. БАҚ-тың жұмыс істеуі үшін әлсіз инфрақұрылым қалыптасқан. Ұйымдар БАҚ арқылы қоғаммен өзара қарым-қатынаста пассивті және тәуелсіз БАҚ төмен дәрежеде дамыған яғни аймақта БАҚ аудиториясы сапалы ақпарат алуға сұраныс жоқ деген сөз. *Дерек көзі: Ресей Медиастандартынан алынды.* Екі жылға созылған зерттеулердің нәтижесі бойынша барлық аймақтар 4 топқа бөлінді:

«А» рейтингін БАҚ институты оң жағдайдағы сегіз аймақ алады екен (Мәскеу мен Санкт-Петербург, Калининград, Новосибирск, Свердлов облысы, Краснояр өлкесі, Татарстан Республикасы мен Ханты-Мансийск АО - Югра қаласы).

«В» рейтингін БАҚ институты қанағаттанарлық деңгейдегі 31 аймақ бар. Ненецк, институты БАҚ (Мәскеу, Түмен, Челябинск, Архангельск, Вологодск, Воронеж, Ленинград, Липецк, Нижегородск, Омбы, Орынбор, Саратов, Сахалин, Томск, Тула, Ярослав облыстары, Камчат және Краснояр өлкелері Ненецк АО, Башқұртстан, Карелия, Коми және Саха (Якутия) республикалары.)

«С» рейтингін БАҚ институты қанағаттанарлықсыз жағдайындағы 37 аймаққа беруге тура келді. (Севастополь қаласы, Алтай, Ставрополь және Забайкал өлкелері, Амур, Астрахань, Белгород, Владимир, Волгоград, Еврей автономиялық, Иванов, Иркутск, Кемеров, Киров, Костром, Корған, Курск, Магадан, Новгород, Орлов, Пенза, Псков, Ростов, Рязань, Смоленск, Тамбов, Тверь, Ульянов облыстары, Алтай, Дағыстан, Қырым, Марий Эл, Мордов, Солтүстік Осетия- Алания, Хакасия, Чуваш және Чукот АО). Бірақ 6 аймақ топтарының көшбасшылары (Ростов, Рязань, Смоленск, Ульяновск облыстары, Ставрополь өлкесі және Севастополь қаласы). Статистикалық ақпараттардың жетіспеушілігінен жалпы рейтингтен алынып тасталды (Севастополь аудиторияның сұраныс «А» деңгейінде, ал Қырымда – «Д» деңгейге жатады).

«Д» рейтингін зерттеушілер БАҚ институты сын көтермейтін деңгейдегі 9 аймаққа берген. (Брянск облысы, Адыгей Республикасы, Бурятия, Ингушетия, Кабардин-Балкар, Калмыкия, Карачай- Черкесск, Тува және Шешенстан Республикасы) [4]. Осылайша, зерттеу Ресейдің 39 өңірінде БАҚ-тың толық жұмыс істеуі үшін жеткілікті деңгейдегі мекеме белгілі бір аспектілерін үздік дамытуға, қалған 46 аймақта БАҚ институттарының жекелеген аспектілерін дамығанын ал олардың кейбірінде БАҚ институттарының жағдайы аландаушылық туғызады. Бұл жағдайда көптеген аймақтарда тұрғындардың басым көпшілігі жергілікті және аймақтық медиаларға сенім білдіреді. Ең аз сенім білдіру деңгейі Ингушетияда (52%), Дағыстанда (58%), Москва мен Карелияда (59%), осылардың ішіндегі ең жоғары көрсеткіш көрсететін Ямало-Ненецк округінде жергілікті тұрғындар БАҚ-қа 84% сенім артады екен. Кейбір аймақтарда алынған ақпараттарда жоғары дейгейде сыни көзқарас қалыптасқан. Яғни, адамдарды көбінесе алдайды немесе барлық шындықты айтпайды деп есептейді. Алынған ақпараттарға сыни көзқараспен қарайтындардың ішінде «А» деңгейін алған Санкт-Петербург (48%), Москва (46%) және Калининград облысы (44%). Алынған ақпараттарға сыни көзқарасы селқостардың ішінде Шешенстан (24%), Чукотск (26%) және Тыва (27%) автономды облыстары бар.

Ресей аймақтық БАҚ тиімділігі бойынша, «СОЛЬ» медиажоба зерттеулерінің қорытындысында, «Ресейдің аймақтық медиасы – 2016: бұқарамен үкіметтің қарым-қатынасы» тақырыбы бойынша А.Шляпужникованың басшылығымен 2010 жылы тіркелген аймақтық БАҚ өткен жылдағы жалпы Ресей БАҚ-тарынан екі есе көп деп тұжырымдайды. Өткен жылда бұл көрсеткіште айырмашылықтар болмаған. Осылай 2015 ж. аймақтық БАҚ саны жалпы Ресей БАҚ-тарынан 11%, 2016ж.-16,5%, 2009ж. - 42% жоғары болған екен. Көбінесе қызықты және жарнамалық – ақпараттық тақырыпта (14,6%), қоғамдық- саяси журнал -7,9%, ғылыми және ғылыми-көпшілік - 7,8% балалар – 2,9%, әдеби көркем – 2,7% көп.

Бүгінгі таңда Ресей өңірлерінде 11 мыңға жуық газеттер мен апталықтар тіркелген. Барлығы 4900 аймақтық басылымдар үнемі басылады, олардың 63%-ына, бұл 3100 басылым мемлекеттік органдар мен муниципалитеттер құрылтайшылық етеді. Яғни, өңірлерде 3100 басылымға билік органдары құрылтайшылық етеді [6].

Соңғы онжылдықта Қазақстанда республикалық және өңірлік БАҚ - да, ең алдымен, әлемдік медиа дамуы үрдісіне орай, сапалық өзгерістер орын алды. БАҚ сипатының өзі сапалық жағынан өзгерді. Сарапшылар пікірінше бұқаралық ақпарат құралдары қазіргі уақытта көбінесе бұқаралық коммуникация құралдарына айналып бара жатыр деген ойды табандылықпен ұстануда. Қорытындылай келе, жалпы Қазақстан мен Ресейдің өңірлік медиа алаңы дамып келе жатқанына көз жеткіземіз. Тек 2016 жылдың өзінде жұмыс істеп тұрған БАҚ саны өткен жылғыға қарағанда 10%-ға өскен. Қазақстандағы республикалық деңгейдегі баспасөз БАҚ арасында журналдар саны қарқынды өсіп, ал газеттер саны төмендегені алаңдатады. 2016 жылы журналдар саны екі еседен көп ұлғайып, газеттер санына тең болған. Бұл еліміздің ақпараттық бейнесін өңірлік тұрғыдан одан әрі өзгертеді. Журналдардың 80%-ы Алматы (67%) және Астанада (13%) шоғырланған. Өңірлерде – 20% қамтиды. Керісінше, Қазақстанда шығарылатын газеттердің үштен екі бөлігінен аса көлемі өңірлерге тиесілі. Назар аудартатын қызықты жайт, өңірлерде журналдарға қарағанда газеттер әлдеқайда жоғары сұранысқа ие және көптеп жарық көреді екен.

Әрине көршілес Ресеймен салыстыра қарасақ, Ресей Федерациясы территориясы, халқының санының көптігін ескере отырып өңірлік баспасөз біздің елмен салыстырғанда 5 есеге көп екенін айта кеткен жөн. Екі елге ортақ өзекті мәселе электронды бұқаралық ақпарат құралдарының көбеюі. Осы тұста өңірлік газеттер электронды БАҚ-пен бәсекеге түсу үшін өздерінің электронды нұсқаларын және сайттарының сапасын арттыру қажеттігі уақыт талабына сай қажеттілік болып отыр.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасы ақпарат және коммуникациялар министрлігі ресми сайты деректері бойынша.
2. «Мемлекеттік ақпараттық саясатты жүзеге асыру жөніндегі сатып алулар үшін ҚР БАҚ тарифтік бағамдарын есептеу мақсатында қызмет көрсету нарықтарында тариф құрылуының факторларын маркетингтік зерттеу» жобасының зерттеу нәтижелері бойынша есебі. Алматы, желтоқсан 2016ж.
3. ҚР Құқықтық Медиа - Орталығының зерттеуі.
4. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции перспективы развития. Отраслевой доклад 2016г.
5. J. Jarvis «Isn't it time we ditched the newspaper leader writers?». The guardian, October 2006.
6. Шляпужников А. «Региональные медиа в России — 2016: аудитория, контент, отношения с властью», Медиапроект СОЛЬ – исследование по эффективности российских региональных СМИ, 2016