



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

# ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

**Тайграина Д.**

магистр медиакоммуникаций  
(Нур-Султан, Казахстан)  
[dina.taygarina@gmail.com](mailto:dina.taygarina@gmail.com)

### **Аннотация:**

Статья посвящена изучению особенностей новостных интернет-изданий в Республике Казахстан. В теоретической части работы автор приводит характеристику интернет-СМИ как «новых медиа» и рассматривает цифровизацию и конвергенцию как главные тенденции развития. Данные о степени проникновения интернета в Казахстане, о числе зарегистрированных СМИ и объемах рекламы позволяют составить общее представление о медиаотрасли страны. В статье описывается хронология развития СМИ в независимом Казахстане, приводятся примеры современных интернет-СМИ и подробный анализ трех наиболее популярных новостных онлайн-изданий (Tengrinews, Zakon.kz и NUR.KZ). В статье также представлены данные по числу подписчиков вышеперечисленных изданий в социальных сетях по состоянию на июнь 2022 года и обобщены тенденции развития новостных интернет-изданий в Республике Казахстан, в числе которых персонализация контента, развитие новых форматов, активное взаимодействие с аудиторией через социальные сети, рост популярности казахскоязычных версий СМИ среди молодежи и увеличение объемов интернет-рекламы.

**Ключевые слова:** новостное интернет-издание, сетевое издание, онлайн-СМИ, новые медиа, СМИ Казахстана, тенденции развития онлайн-СМИ

### **Введение**

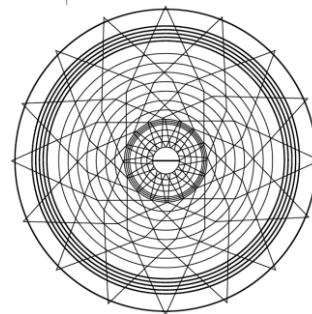
В современном обществе быстрое развитие технологий способствует созданию все большего числа «новых медиа». В частности, как отмечает исследователь медиаиндустрии Е. Л. Вартанова, стремительно растет популярность интернет-СМИ, «обеспечивающих непрерывную передачу актуальной информации и новостей» (Вартанова, 2008, с. 37).

С момента обретения независимости в 1991 году Республика Казахстан взяла курс на модернизацию и развитие всех сфер деятельности. В свою очередь СМИ тоже претерпевают изменения в связи с появлением и внедрением новых информационно-коммуникационных технологий. Наряду с традиционными СМИ активно функционируют сетевые издания, все больше и больше возрастает роль интернета в распространении информации. Согласно данным Internet World Stats, количество интернет-пользователей в Казахстане на июнь 2021 года составило

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



около 14,7 млн человек (Internet World Stats, н. д.). Эти изменения обуславливают актуальность исследования новостных интернет-изданий в Казахстане, возникает потребность в изучении процесса создания и реорганизации интернет-СМИ с учетом цифровизации и конвергенции, а также в прогнозировании будущих тенденций в условиях развития современного Казахстана.

Степень научной разработанности темы подтверждается исследованиями, посвященными специфике функционирования интернет-СМИ в целом (работы Е. Л. Вартановой (2003), М. М. Лукиной (2010), И. В. Кирии и А. А. Новиковой (2017), А. А. Калмыкова и Л. А. Кохановой (2018), М. Дезе (2003)), а также деятельности сетевых изданий на территории Казахстана (исследования А. А. Морозова (2008), А. М. Тютеебаевой (2013), М. Булатовой и А. Бейсенкулова (Bulatova & Weisenkulov, 2017), А. К. Назарбетовой (2017) и др.).

Цель работы состоит в выявлении основных тенденций развития казахстанских новостных интернет-изданий. Мы выдвигаем гипотезу, что современные тенденции в развитии казахстанских сетевых изданий, в особенности применение мультимедийных технологий, конвергенция форматов, персонализация и мобильная журналистика, положительно влияют на систему СМИ в Казахстане и обеспечивают переход на новые стандарты цифровой журналистики будущего. Для написания теоретической части работы мы прибегли к историко-генетическому методу, хронологизации, периодизации, сравнительному и структурному анализу данных. Среди эмпирических методов были использованы анализ количественных данных и веб-аналитика.

Хронологические рамки исследования ограничиваются периодом с момента обретения независимости Республикой Казахстан в 1991 году до настоящего момента (июнь 2022 года). Научная новизна работы состоит в выявлении доминирующих тенденций развития сетевых изданий в рамках современной системы СМИ Казахстана.

### **Характеристика интернет-СМИ как части «новых медиа»**

Глобальным контекстом возникновения «новых медиа», к которым относят интернет-СМИ, исследователь Е. Л. Вартанова считает «социально-экономические изменения в развитии общества во второй половине XIX века» (Вартанова, 2003, с. 10). Среди российских и зарубежных ученых пользуется популярностью теория «информационного общества», появившаяся в середине 1960-х годов и пришедшая на смену теории «индустриального общества». В ее основе лежит убеждение, что формирование нового типа общества, а вместе с этим экономические, социальные, политические, культурные и другие изменения в мире связаны с технологическим прогрессом, в частности, с развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (Вартанова, 2003).

Главными тенденциями развития «новых медиа» стали два взаимосвязанных процесса. Первый — цифровизация (от англ. “digitalization”), которая способствует сближению различных СМИ, формируя таким образом второй процесс — конвергенцию (от лат. “convergo” — «сближаться») (Вартанова, 2003, 2008). В



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

науке о медиа под конвергенцией имеют в виду «процесс сближения, взаимодействия разных каналов и средств коммуникации благодаря совершенствованию информационных технологий и цифровому развитию» (Землянова, 2004, с. 83). Эти процессы порождают новые способы распространения контента и рекламы, видоизменяют сам контент в результате появления новых жанров, учат журналистов переупаковке контента под разные форматы, способствуют созданию мультимедийных холдингов.

К отличительным признакам «новых медиа» ученые относят «гипертекст, мультимедийность и интерактивность» (Лукина, 2010, с. 80). Гипертекст в интернет-СМИ — это «совокупность разных текстов, которые соединены с помощью ссылок и переходов по ссылкам внутри текста» (Калмыков, 2012, с. 106). Благодаря гипертекстовому режиму статью можно проверить на достоверность, привлечь дополнительные источники и получить более полную картину происходящего удобным и быстрым способом.

Под мультимедийностью понимают свойство слияния всех каналов передачи информации в единое целое. Как отмечает М. Кастельс, «мультимедийность — это способность интерактивной связи в текстовом и аудиовизуальном виде» (Кастельс, 2004, с. 220). В контексте интернет-СМИ это значит, что аудитория может получать информацию не только в текстовом формате, но и в формате аудио, видео, инфографики, анимации и т. д., что оказывает значительное влияние на восприятие.

Интерактивность позволяет аудитории интернет-СМИ легко и быстро реагировать на контент и взаимодействовать с ним, чему способствуют многочисленные форумы и чаты, голосования, анкеты, игровые тесты, рейтинги, усовершенствованная поисковая система (Лукина, 2010).

Также следует отметить, что интернет-СМИ имеют больше способов монетизации контента. Таргетированные объявления, новые форматы, оперативность запуска, расширенная статистика являются главными преимуществами перед традиционными видами рекламы, хотя в то же время к недостаткам интернет-рекламы можно отнести сравнительно небольшой охват и доход (по сравнению с рекламой на телевидении, например).

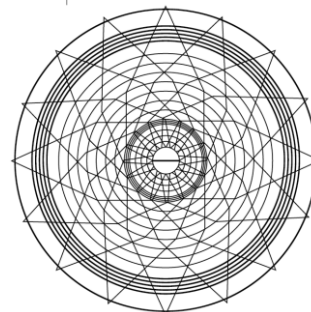
### **Интернет и информационно-коммуникационная система Республики Казахстан**

На сегодняшний день Республика Казахстан — развивающаяся страна с населением около 19,2 млн человек (по состоянию на июнь 2022 года) (Worldometer, н. д.). С момента обретения страной независимости в 1991 году в медиапространстве Казахстана прекратила свое существование советская система информирования населения, подчинявшаяся ЦК КПСС. Перед Казахстаном и рядом других стран, входивших в состав СССР, встала задача сформировать собственную систему средств массовой информации. Эти события происходили одновременно с глобальными процессами: третьей научно-технической революцией, наступлением цифровой эпохи, массовым

## [Научные статьи]

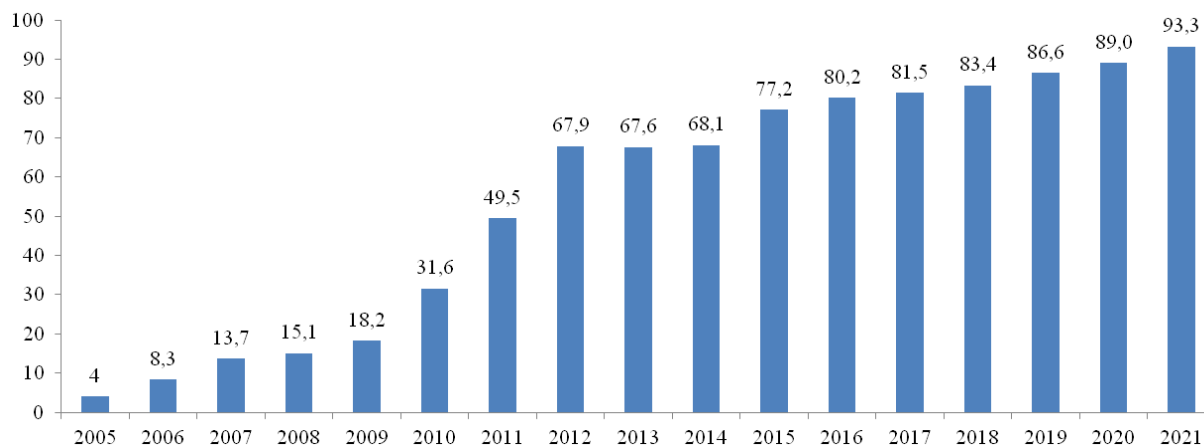
Тайгарина Д.

Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан



распространением интернета и повсеместным продвижением информационного общества.

История интернета в Казахстане началась 19 сентября 1994 года, когда международная организация IANA зарегистрировала национальный домен верхнего уровня .kz (Доменная система адресации, н. д.).



**Рисунок 1.** Доля пользователей сети Интернет в возрасте 16–74 лет в Казахстане, %

По данным Бюро национальной статистики (2022), с 2005 по 2012 год происходило стремительное распространение интернета на территории страны: доля пользователей в эти годы увеличилась почти в 17 раз (Рисунок 1). Начиная с 2012 года наблюдается постепенный рост, и уже в 2021 году доля пользователей сети составила 93,3% среди всего населения страны в возрасте от 16 до 74 лет (Бюро национальной статистики, 2022).

Несмотря на относительную доступность интернета в Казахстане с экономической точки зрения, наблюдается низкая скорость в отдаленных регионах страны, периодическое ограничение доступа к сети и частичная блокировка социальных сетей и мессенджеров (Казахстанцы массово жалуются, 2020). Так, во время пандемии коронавируса школьные занятия планировалось проводить онлайн, но после многочисленных жалоб родителей о слабом интернете и прерывании связи в Министерстве образования и науки отменили онлайн-уроки, заявив, что на данный момент интернет в Казахстане технически не может обеспечить качественное дистанционное обучение (МОН отменил онлайн-уроки, 2020).

В начале января 2022 года во время массовых беспорядков в стране на фоне митингов против поднятия цен на сжиженный газ не только отдельные социальные сети и мессенджеры, но интернет как таковой и даже мобильная связь были недоступны в ряде регионов несколько дней. Тем не менее, когда интернет вновь становился доступен на несколько часов, именно сайты новостных СМИ и их аккаунты в социальных сетях были главными источниками получения дополнительной или альтернативной информации. В смс-рассылке



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

гражданам от 8 января 2022 года Акorda (резиденция президента) предложила следить за свежими новостями на сайтах *inform.kz*, *qazaqstan.kz*, *tengrinews.kz*, *24.kz*, *baq.kz*, *baigenews.kz*, *stopfake.kz*, доступ к которым с мобильных телефонов был возможен без выхода в интернет (Совина, 2022).

Таким образом, информационно-коммуникационная система в стране пока далека от совершенства, но в Центральной Азии по показателям развития интернета Казахстан находится на первом месте. Главной задачей в этой сфере государство считает обеспечение интернетом всех городов и сел страны.

### **Система СМИ в Казахстане: с момента обретения независимости и до сегодняшнего времени**

Казахстанские исследователи совместно с Министерством информации и общественного развития выделяют условные этапы становления медиаотрасли в Республике Казахстан (История становления, н. д.). Первый этап — постсоветский. Сразу после обретения независимости в 1991 году в Казахстане практически не существовало независимых СМИ, медиа подчинялись центру (Морозов, 2008).

Второй этап (1992–1996) — становление медиаотрасли. В это время принимается закон «О СМИ», создаются первые собственно казахстанские медиа (телеканалы «Хабар», «Тан», 31 канал и КТК, газеты «Караван», «Время», «Егемен Казахстан», радиостанции «Шахар FM» и NS) (Steppe, н. д.). В этот период появилось информационное агентство «Интерфакс Казахстан», а главное новостное агентство на территории Казахской ССР (с 1920 года) — КазРОСТ — стало республиканским информагентством КазААГ (позднее «Казинформ»). В течение года после обретения независимости в Казахстане появилось более 100 печатных изданий и 17 телерадиокомпаний (История становления, н. д.), которые учились работать в рамках рыночной экономики, осваивали новые технические возможности и повышали квалификацию сотрудников.

Третий этап (1997–1999) — либеральный, «переход от государственного финансирования ТВ и радио к организациям тендеров на теле- и радиочастоты» (Steppe, н. д.). Однако кризис конца 1990-х привел к дефициту кадров и финансирования медиаотрасли. Тем не менее в этот период бурно развивался рекламный рынок, в качестве эксперимента появились первые информационные сайты СМИ: «Хабар» (1998), *Zakon.kz* (1999), *Zona.kz* (2000) и т. д.

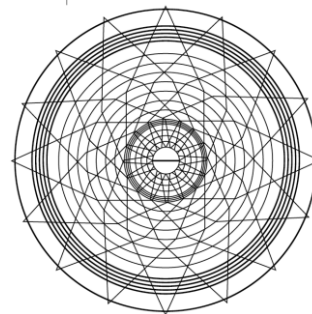
Четвертый этап (2000–2006) — развитие СМИ. В это время происходит частичное «освобождение печатных изданий, телевизионных и радиокompаний от налогов» (Steppe, н. д.), развитие политической конкуренции и свободы слова. Активно создаются электронные версии казахстанских печатных изданий и телеканалов, однако на тот момент никто в СМИ еще не занимался переупаковкой контента из печатного в электронный формат, информацию просто дублировали, никак не видоизменяя.

Пятый этап (2007–2011) — время «холдингования», самоцензуры и кризиса. Наблюдалось снижение политической конкуренции и усиление централизации. Казахстан, как и другие страны, настиг мировой кризис (Тютеебаева, 2013), из-за

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



чего снизилось финансирование телеканалов, печатных изданий. Происходит вытеснение с рынка слабых СМИ и формирование крупных медиахолдингов, идет быстрое распространение мобильной связи, социальных сетей, форумов и блогов в крупных городах страны.

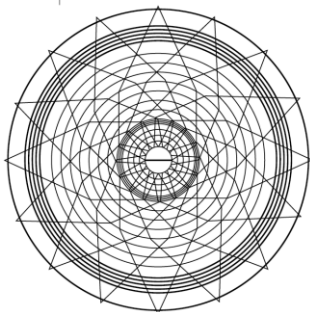
Шестой этап (с 2012 года по настоящее время) — эпоха цифровизации. Большое внимание уделяется развитию профессиональной интернет-журналистики и расширению разнообразия сетевых медиа, создаются новые мультимедийные проекты и редакции на базе ведущих СМИ, развивается веб-телевидение, увеличиваются доходы от рекламы и т. д. (Bulatova & Beisenkulov, 2017).

Таким образом, если во времена СССР на территории нынешнего Казахстана выпускалось 10 печатных изданий и выходили в эфир 21 теле- и радиоканал, то, по сведениям Министерства информации и общественного развития РК, по состоянию на май 2022 года зарегистрировано 5173 СМИ (для сравнения за 3 года их число возросло более чем на полторы тысячи) (Комитет информации, 2022).

Несмотря на то, что доля сетевых изданий на данный момент невелика, у большинства телеканалов, радио и крупных печатных изданий есть свои сайты. На сегодняшний день в интернет-пространстве Казахстана функционируют:

- информационные агентства: МИА «Казинформ», «Интерфакс-Казахстан», КазТАГ, 7News.kz, NewTimes.kz и др.;
- онлайн-версии традиционных СМИ: сайты телеканалов «Хабар 24», Qazaqstan, «Информбюро» (31 канал), 7 канал, сайты газет «Егемен Қазақстан», «Казахстанская правда», «Комсомольская правда в Казахстане», «Аргументы и Факты Казахстан», «Деловой Казахстан», «Литер», «Время», сайты радиостанций «Радио Азаттык», «Шалқар», «Дала FM», «Қазақ радиосы» и др.;
- новостные интернет-издания, или сетевые издания: Nur.kz, Zakon.kz, Tengrinews (Kaznews), Sputnik, Inbusiness.kz, Forbes.kz, ZTV и др.;
- иностранные СМИ, информагентства и новостные агрегаторы: Mail.ru, «Яндекс», ТАСС, «РИА Новости», Rambler, Yahoo.com, Lenta.ru, РБК, Euronews, BBC и др.;
- социальные медиа (блоги, микроблоги и т. д.): Yvision.kz, vse.kz, blog.KZ и др.;
- специализированные тематические сайты и корпоративные медиа: Railnews.kz (КТЖ), корпоративные СМИ «Казмунайгаз», SK News (Фонд «Самрук-Қазына»), «Вестник Трансформации» Центра по трансформации бизнеса KEGOC, журнал АО «Казпочты»;
- официальные интернет-ресурсы правительства и акиматов городов Казахстана.

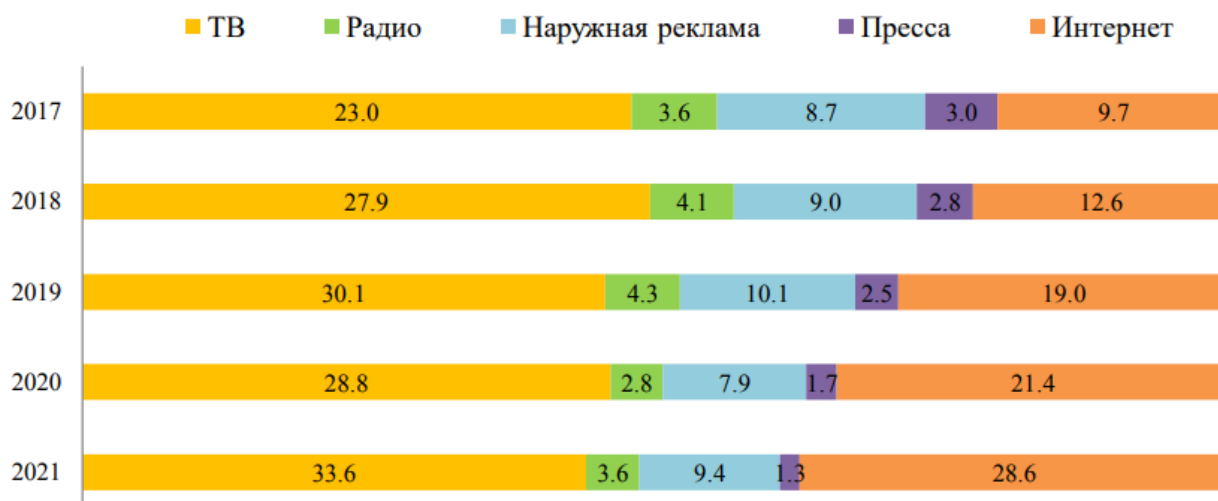
Основным источником доходов СМИ в Казахстане, как и в России, является реклама. В Казахстане динамику объема рекламы исследуют комиссия Центрально-Азиатской Рекламной Ассоциации (ЦАРА), а также компания Kantar



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.  
Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан

(TNS Central Asia). Из отчета ЦАРА динамика объемов рекламного рынка Казахстана в СМИ выглядит следующим образом (Центрально-Азиатская Рекламная Ассоциация, н. д.):



**Рисунок 2.** Объем рекламы (млрд) в Казахстане в средствах ее распространения, 2017–2021 гг.

Как видно из представленных данных, суммарный объем рекламы в средствах ее распространения в 2021 году составил порядка 76,5 млрд тенге с учетом НДС 12%, что на 22,2% больше по сравнению с предыдущим годом. При этом с каждым годом стабильно увеличиваются объемы рекламы только в интернет-среде (+33,8% к 2020 году), тогда как в других средах объемы от года к году нестабильны и имеют общую тенденцию как к росту (ТВ), так и к снижению (радио, наружная реклама и особенно пресса).

Основная причина роста объема рекламных инвестиций в интернет-рекламу заключается в увеличении доли онлайн-потребления на фоне пандемии, что к тому же привело к перераспределению части бюджетов из других медиа в диджитал. Вторым важным фактором высокого роста в 2021 году является отложенный спрос 2020 года. Увеличились как инвестиции игроков, традиционно использующих диджитал, так и инвестиции крупных и средних компаний, которые ранее воспринимали интернет-рекламу только как дополнительный инструмент. При этом отдельные категории рекламодателей стали использовать интернет в качестве основного канала коммуникации.

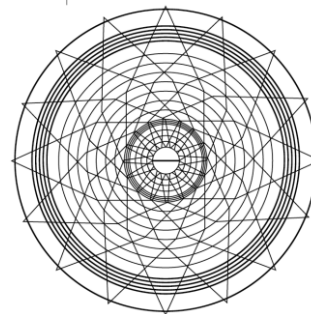
### Правовое регулирование интернет-СМИ

Деятельность казахстанских СМИ регулируют законодательные акты и нормативно-правовые документы, принятые в 1991–1994 гг. Главными из них являются: Конституция РК, Закон «О средствах массовой информации», Закон «О телерадиовещании» и др. Законом запрещается цензура, гарантируется свобода слова, право распространения и получения информации на государственном и

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



других языках с помощью СМИ. Регулятором СМИ является Комитет информации Министерства информации и общественного развития РК.

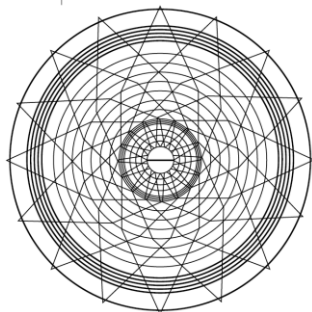
Согласно казахстанскому законодательству, новостное интернет-издание (частный случай интернет-СМИ) называется сетевым изданием. Закон дает следующее определение сетевому изданию: «Это интернет-ресурс, прошедший процедуру постановки на учет в уполномоченном органе, информационно-коммуникационная инфраструктура которого размещена на территории Республики Казахстан» (Закон «О СМИ», 1999). При этом владелец интернет-ресурса не обязан ставить его на учет и присуждать статус сетевого издания, так как это носит добровольный характер. С другой стороны, любой интернет-ресурс является средством массовой информации и может быть привлечен к уголовной, административной и иной ответственности наравне с традиционными СМИ (Косенов, 2009).

Несмотря на то, что, как мы упоминали ранее, законом запрещается цензура, в рейтинге международной неправительственной организации «Репортеры без границ» Казахстан по уровню свободы слова в июне 2022 года занимает 122 место из 180 стран (Reporters Sans Frontières, н. д.). Несмотря на достаточно низкий показатель, тенденция к улучшению положения с годами очевидна (2021 — 155 место, 2020 — 157 место, 2019 — 158 место). Эксперты отмечают низкое число независимых и оппозиционных СМИ, контроль со стороны властей, в том числе блокирование доступа к отдельным СМИ и интернету в целом, назначение лояльных руководителей редакций, самоцензуру, угрозы, ложные обвинения, аресты, политические преследования журналистов (Kenny & Gross, 2008; Reporters Sans Frontières, н. д.). Представители Министерства информации и общественного развития проблемы с доступом к некоторым сайтам чаще всего оправдывают техническими неполадками. Как пишут исследователи социально-гуманитарной стороны развития Центрально-Азиатского региона, Казахстану и его соседям не была знакома ни одна модель формирования медиа, кроме «советской тоталитарной с высоким уровнем подчинения центру» (Лебедева и др., 2016, с. 153). По этой причине, как предполагают некоторые ученые, в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане, Туркменистане, Узбекистане и других странах Центральной Азии до сих пор СМИ в той или иной степени «функционируют по советскому сценарию» (Лебедева и др., 2016, с. 153).

### **Особенности новостных интернет-изданий Казахстана**

Для оценки популярности новостных интернет-СМИ Казахстана нами была проведена аналитическая обработка данных по посещаемости сайтов на основе статистики ресурса Similarweb. Мы сравнили данные по посещаемости до начала пандемии коронавируса (февраль 2020 года), во время (март 2021) и после окончания пандемии (май 2022). Стоит отметить, что, начиная с марта 2020 года, в связи с эпидемиологической ситуацией в стране посещаемость сайтов почти всех медиа стремительно увеличилась.





## [Научные статьи]

Тайгарина Д.  
Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан

**Таблица 1.**

Топ-3 новостных интернет-изданий Казахстана по числу визитов по данным ресурса Similarweb (2020–2022)

Сайт	февраль 2020	март 2021	май 2022
Zakon.kz	15,42 млн	20,3 млн	16,2 млн
Tengrinews	12,53 млн	35,18 млн	27,7 млн
NUR.KZ	12,24 млн	13,07 млн	10 млн

<https://www.similarweb.com/ru/website/zakon.kz/#overview>

Как видно из таблицы, в текущем году лидирует ресурс Tengrinews — 27,7 млн визитов в мае 2022 года, далее следует сайт сетевого издания Zakon.kz — около 16,2 млн посещений, завершает топ-3 ресурс NUR.KZ (Kaznews) — 10 млн посещений. Zakon.kz, лидировавший в 2019 году, отдал первенство ресурсу Tengrinews, которому удалось за год нарастить популярность почти втрое, хотя она и снизилась в текущем году. Все три издания (Zakon.kz, Tengrinews, NUR.KZ) в 2020 году входили в топ-20 самых посещаемых сайтов в Казахстане, но в 2021 и 2022 году NUR.KZ стал терять позиции и сместился в топ-30 веб-сайтов страны. Рассмотрим подробнее каждое из упомянутых выше онлайн-СМИ.

Новостное интернет-издание Tengrinews по состоянию на конец мая 2022 года занимает первое место в категории «Новости и СМИ» в рейтинге онлайн-ресурсов Казахстана и 10 место среди всех веб-сайтов страны. Издание было зарегистрировано 17 февраля 2016 года (сам сайт создан в 2008 году) (О проекте, н. д.).

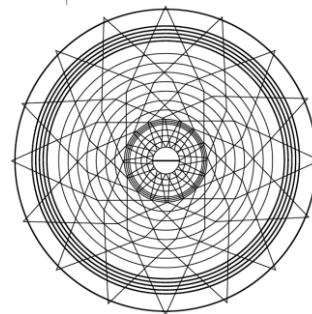
Tengrinews — многопрофильное СМИ, совмещающее в себе новостной, развлекательный контент и иную полезную информацию. На главной странице сайта представлены 3 раздела: «Узнай» (короткие новостные заметки по категориям с возможностью ранжирования по популярности и времени публикации), «Почитай» (лонгриды и интервью), «Посмотри» (фото- и видеорепортажи). Дополнительно на сайте доступны разделы: TengriMix (статьи на общественные темы, про искусство, лайфстайл и т. д.), TengriTV (подборка видеорепортажей и онлайн-трансляций), TengriFM (радио, подкасты, проекты, новости из мира музыки — раздел доступен в версии для мобильных телефонов), TengriTravel (полезная информация для путешественников), «Законы» (база нормативно-правовых документов), спецпроекты. Интересен раздел «Обещания», где можно отслеживать заявления министров и чиновников, но поиск самого этого раздела на сайте крайне затруднителен. У читателей есть возможность выбрать новости по городам, странам, тематике (политика, экономика, общество, спорт и др.), а также возможность присылать в редакцию собственные новостные заметки и видеоматериалы.

Аудитория сайта за время пандемии изменилась с преимущественно мужской (64%) на женскую (53%) в возрасте 25–44 лет (Tengrinews.kz, н. д.). Удерживать читателей помогает не только актуальный контент, но и удобство навигации и адаптивность сайта, в том числе визуальная (возможность изменить дизайн с

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



белой темы на темную). Большинство читателей предпочитает новости в сфере политики и экономики, и в связи с этим по объему трафика из соцсетей ожидаемо лидирует Facebook<sup>1</sup> (41,5%) (Similarweb, н. д.), чья аудитория в большей степени готова читать, обсуждать и репостить общественно-политическую и остросоциальную информацию. Tengrinews позиционирует себя как компанию с большим охватом бизнес-аудитории, которая интересуется в числе прочего автомобилями и недвижимостью.

Второе по популярности на 2022 год сетевое издание Zakon.kz существует с 1999 года (Zakon.kz 20 лет, 2019). Раньше это была площадка для коммуникации и обмена новостями среди юристов и экономистов: в основном на сайте размещались правовые акты, законы, были созданы блог и форум для общения в профессиональной среде. Сегодня это один из главных новостных порталов в Казахстане. Именно Zakon.kz первым сообщил о том, что Нурсултан Назарбаев покидает пост президента Республики Казахстан. В тот же день, 19 марта 2019 года, эту новость на сайте просмотрели более 2 млн раз (Zakon.kz 20 лет, 2019).

На сайте представлены новости по городам и странам, а также разделы: власть, порядок, деньги, жизнь, развитие, экспертиза. Раздел о законодательстве направляет на полезные ресурсы и форумы для юристов и бухгалтеров. Zakon.kz регулярно проводит онлайн-конференции с политиками, общественными деятелями, экономистами и т. д. Помимо новостного контента, на сайте представлены радио и подкасты.

Последним новшеством сетевого издания стала возможность персональной настройки сайта Zakon.kz и его мобильной версии. Сейчас читатель может выбрать город и получать релевантные новости и сводки погоды с комфортной периодичностью обновления новостной ленты. Такой персональный подход показывает, что редакция сайта старается следовать мировым трендам медиаиндустрии.

За 22 года существования дизайн сайта Zakon.kz был обновлен более 20 раз, подстраиваясь под тренды и новых читателей (Zakon.kz 20 лет, 2019). Массовому распространению способствует технологическое развитие агентства, SEO-оптимизация. Сетевое издание Zakon.kz также дало бесплатную возможность читателям, у которых есть собственный сайт, встроить новостную ленту Zakon.kz на свой интернет-ресурс, такая услуга называется «Информеры новостей».

Интересно, что за время пандемии также изменилась аудитория сайта: если в 2020 году преобладали мужчины (58%), то в 2022 — женщины (60%) Zakon.kz. (н. д.). Средний возраст 25–44 года (Zakon.kz. Media-Kit, 2022). Рекламодатели ценят возможность размещения рекламы на этом ресурсе, так как его аудиторию во многом составляют юристы, экономисты, финансисты, банкиры, топ-менеджеры крупных компаний, представители бизнеса и органов государственной власти. Среди рекламодателей сайта числятся строительные компании, телеканалы,

<sup>1</sup> Деятельность организации признаа экстремистской и запрещена на территории России.





## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

банки и магазины. Zakon.kz позиционирует себя как более традиционное и солидное СМИ для юристов, экономистов и государственных служащих.

NUR.KZ — также один из самых посещаемых сайтов Казнета (на май 2022 года 27 место в топе страны и 3 место в рейтинге новостных сайтов). Он был основан в 2009 году как интернет-портал «Нур», а в 2016 году сайту было выдано свидетельство о постановке NUR.KZ на учет в качестве периодического издания (О проекте NUR.KZ, н. д.).

Журналисты NUR.KZ стараются персонализировать контент, поэтому используют анализ больших данных, чтобы узнать о своей аудитории как можно больше. Главное меню состоит из тематических разделов (все новости, финансы, семья, политика, мир, шоубиз, общество, спецпроекты), есть возможность фильтровать новости в зависимости от региона. Помимо основного сайта у NUR.KZ существует множество отдельных проектов, позволяющих найти работу, узнать об игровом мире, познакомиться с другими читателями и завести отношения. Спецпроекты в основном посвящены развлекательной индустрии (праздники, путешествия, покупки), а также благотворительности и социальной активности, дополнительно на сайте доступны разнообразные тесты и игры. Главными клиентами и рекламодателями NUR.KZ являются Pepsico, Takeda, Nazarbayev University, Astana Motors, Kcell, ForteBank, Magnum, TengriBank, Kaspi.kz, Knauf, Coca-Cola, Bi-Group, Halyk Bank и другие известные компании Казахстана (О проекте NUR.KZ, н. д.).

Более 12 лет назад NUR.KZ, как и многие другие СМИ, начали создавать свои мобильные приложения: «Новости Казахстана Nur.kz», Music.Nur, NUR.TV.KZ, приложение для поиска работы и второй половинки и т. д. Однако сейчас фокус NUR.KZ сместился в сторону социальных сетей и мессенджеров. Издание позиционирует себя как IT-ориентированная компания, поэтому часто внедряет технические новшества. Например, у NUR.KZ есть свой интернет-бот, который читает новости в плеере для тех, кто занят или находится за рулем (Клепикова, 2020).

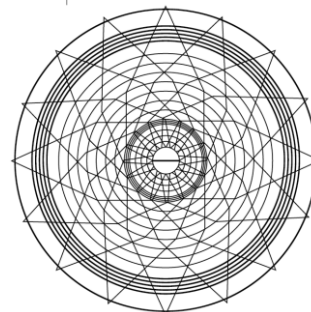
KAZ.NUR.KZ (Kaznews) — это отдельный сайт от NUR.KZ, где контент размещается на казахском языке. Проект KAZ.NUR.KZ имеет самую большую казахоязычную аудиторию. Ядро целевой аудитории составляют люди в возрасте 25–44 лет (Что нужно знать об аудитории, 2020). Также стоит отметить, что с каждым годом растет аудитория сайта в возрасте 18–24 лет, а значит контент на казахском языке становится более популярным среди молодого поколения. Как известно, популяризация казахского языка среди молодежи — одна из важных тем развивающегося Казахстана (Актанов, 2015).

Еще несколько лет назад NUR.KZ лидировал по посещаемости среди сетевых изданий, но начиная с 2018 года его главные конкуренты Zakon.kz и Tengrinews вышли вперед. Таким образом, NUR.KZ — один из самых популярных новостных сайтов в Казахстане, который отвечает всем признакам нового интернет-СМИ, являясь мультимедийным, интерактивным порталом, где помимо новостей есть множество других проектов, привлекающих большую аудиторию.

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан



### Популярность новостных интернет-изданий в социальных сетях

Для комплексного анализа стоит проанализировать аудиторию рассматриваемых СМИ в соцсетях.

**Таблица 2.**

Число подписчиков Tengrinews, Zakon.kz и NUR.KZ в соцсетях (русскаяязычная + казахскаяязычная версии) по состоянию на июнь 2022 года

Соцсеть	Tengrinews	Zakon.kz	NUR.KZ
Instagram <sup>2</sup>	2 млн. + 439 тыс.	507 тыс. +17 тыс.	965 тыс. + 346 тыс.
Telegram	210 тыс. + 11 тыс.	169 тыс. + 165	97 тыс. + 6 тыс.
Facebook	110 тыс. + 21 тыс.	74 тыс.+ 1,4 тыс.	327 тыс. + 170 тыс.
ВКонтакте	159 тыс. + 45 тыс.	77 тыс. + 24 тыс.	604 тыс. + 506 тыс.
TikTok	412 тыс. + 10 тыс.	4,5 тыс. (русскаяязычная версия)	395 тыс. + 3,2 тыс. тыс.
Twitter	388 тыс. + 9,3 тыс.	53 тыс. (русскаяязычная версия)	30 тыс. (русскаяязычная версия)
Одноклассники	16 тыс. (русскаяязычная версия)	59 тыс. (русскаяязычная версия)	32 тыс. (русскаяязычная версия)

Если учитывать все соцсети в целом, то у Tengrinews больше всего подписчиков, затем следует NUR.KZ и Zakon.kz. Instagram-аккаунт Tengrinews имеет самую большую аудиторию среди казахстанских новостных интернет-СМИ — 2 млн подписчиков в русскоязычной версии и 439 тыс. подписчиков в версии на казахском языке — KazTengrinews. В группе ВКонтакте доступны к прослушиванию подкасты, в Instagram активно используется IGTV, а также персонализированные маски — еще один тренд социальных сетей. У NUR.KZ и Zakon.kz аккаунты именно в Instagram также популярнее, чем на других площадках. Активный рост подписчиков показывает Instagram-аккаунт Zakon.kz: 225 тыс. подписчиков в 2019 году, 347 тыс. в 2020, 433 тыс. в 2021 и 507 тыс. в 2022.

Все издания сейчас активно наращивают аудиторию в Telegram — это вторая по количеству подписчиков платформа. Также высокая активность наблюдается в Facebook и ВКонтакте, а аккаунты в TikTok, Twitter и Одноклассниках у всех трех СМИ пользуются разной популярностью.

Важно отметить, что самые популярные аккаунты все три издания ведут и на русском, и на казахском языках, причем казахскоязычная аудитория у NUR.KZ в процентном соотношении значительно больше, чем у KazTengrinews. Но в целом русскоязычные версии у всех трех изданий популярнее казахскоязычных.

<sup>2</sup> Деятельность организации признава экстремистской и запрещена на территории России.



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

Вероятно, одной из причин большого числа подписчиков у Tengrinews можно считать тот факт, что на главной странице сайта указаны ссылки на аккаунты издания во всех перечисленных соцсетях, тогда как на сайте NUR.KZ не указан Twitter, а на сайте Zakon.kz не указаны страницы в TikTok, Twitter и Одноклассниках. Как следствие — меньше всего подписчиков у обоих СМИ зафиксировано именно на обозначенных платформах.

### **Тенденции развития новостных интернет-изданий Казахстана**

Итак, анализ популярных новостных сайтов позволил нам определить общие черты, присущие интернет-СМИ в Казахстане, и сформулировать их особенности и перспективы развития:

1. Клиентоцентричность и выстраивание диалога с аудиторией на популярных площадках, ориентация на мобильную версию сайта и социальные сети. Если еще в 2010 году в Казахстане большинство людей читали новости на персональном компьютере, в 2015 году — скачивали мобильные приложения изданий, то сейчас все большую популярность набирают мессенджеры, социальные сети и мобильные версии сайтов. СМИ активно используют средства продвижения на этих площадках, в том числе переупаковку контента, хэштеги, сторис и т. д.

2. Стремительное технологическое развитие, цифровизация и автоматизация интернет-СМИ, SEO-продвижение, таргетирование, использование искусственного интеллекта и аналитики больших данных. Отмечается рост числа вакансий программистов в главные новостные интернет-издания страны.

3. Работа редакции в формате 24/7, что позволяет расширить форматы контента (сообщение-молния, онлайн-репортаж, мультимедийная статья, лонгрид, онлайн-трансляция, подкаст, потоковое видео, инфографика, подборка, постскриптум).

4. Создание дополнительного контента и спецпроектов, в том числе социально-ориентированных. Нынешние казахстанские новостные интернет-издания — это не только СМИ, но и площадки для общения, прослушивания музыки, поиска работы, размещения объявлений. Помимо этого наблюдается тенденция к росту числа социально-ориентированных проектов (благотворительные акции, поддержка гражданских инициатив и т. д.).

5. Рост популярности контента на казахском языке не только среди старшего поколения, но и среди молодых людей.

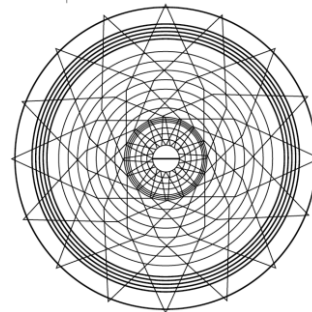
6. Персонализация контента. Все чаще становятся популярными разделы «рекомендуемое», «сейчас читают» и т. д. Интернет-СМИ прибегают к веб-аналитике, чтобы понимать, какой контент наиболее важен для конкретного пользователя, как выстроить релевантную для него ленту новостей. Возникает все больше возможностей настроить интерфейс сайта в зависимости от индивидуальных предпочтений и вкусов.

7. Пользователи могут самостоятельно присылать новости в редакцию и становиться распространителями информации. Этот тренд, однако, имеет и негативные последствия — рост недостоверных данных и дезинформации,

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



особенно в мессенджерах. По этой причине власти стараются усилить контроль, ужесточить меры наказания за дезинформацию в интернете и советуют казахстанцам читать новости только в достоверных СМИ с незапятнанной репутацией (Мамырханова, 2019).

8. Увеличение продаж от рекламы на веб-сайтах, в мобильных приложениях и в социальных сетях. Постоянный устойчивый рост интернет-рекламы и более заметная внутренняя сегментация доказывает, что казахстанский рынок интернет-рекламы становится более зрелым и схожим с мировым. Подписная модель монетизации пока не развита и применяется ограниченным числом газет, имеющих интернет-версию (Forbes.kz, «Казахстанская правда» и т. д.). Однако не исключено, что более широкое использование подписной модели позволит СМИ в будущем создавать эксклюзивный и более качественный контент для своей аудитории.

Таким образом, основные тенденции развития сетевых изданий в Казахстане в основном соотносятся с глобальными, при этом у интернет-СМИ Казахстана есть свои особенности. Все рассмотренные нами новостные ресурсы имеют признаки «новых медиа»: активно используют мультимедийные форматы подачи контента и гиперссылки, внедряют интерактивные механики, облегчающие работу пользователей с ресурсом и вовлекающие в дальнейшее взаимодействие. Можно считать выдвинутую гипотезу подтвержденной, ведь, как было отмечено, страна активно идет по пути цифровизации, что способствует конвергенции СМИ и, в свою очередь, развитию новых жанров, появлению новых каналов распространения информации и рекламы. Результаты исследования могут быть применены для более качественного стратегического планирования деятельности сетевых изданий в Республике Казахстан.

## БИБЛИОГРАФИЯ

Актанов, Д. (2015, 29 сентября). Языковая политика Казахстана. Центр Льва Гумилева

<https://www.gumilev-center.ru/yazykovaya-politika-kazakhstan/>

Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. (2022, 13 апреля). Доля пользователей сети Интернет и компьютером. Статистика информационно-коммуникационных технологий.

<https://stat.gov.kz/official/industry/29/statistic/7>

Вартанова, Е. Л. (2003). Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие. Аспект Пресс.

Вартанова, Е. Л. (2008). Новые медиа как фактор модернизации СМИ. Информационное общество, (5–6), 37–39.

<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.  
Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан

Доменная система адресации. (н. д.). Казахский центр сетевой информации

<https://nic.kz/overview/>

Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года № 451-І «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.05.2022 г.)

[https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=1013966#pos=59;-47](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1013966#pos=59;-47)

Землянова, Л. М. (2004). Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Изд-во Моск. ун-та.

История становления информационного рынка в Казахстане. (н. д.). Право и СМИ Центральной Азии.

<http://medialaw.asia/node/9139>

Казахстанцы массово жалуются на проблемы с доступом к соцсетям. (2020, 16 февраля). Sputnik.

<https://ru.sputniknews.kz/society/20200216/12851272/kazakhstan-problemy-dostup-sotsseti-internet.html>

Калмыков, А. А., и Коханова, Л. А. (2018). Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. Академия медиаиндустрии.

Калмыков, А. А. (2012). Медиалогия Интернета. РГГУ.

Кастельс, М. (2004). Галактика Интернет. У-Фактория.

Кирия, И. В., и Новикова, А. А. (2017). История и теория медиа: учебник для вузов. Издательский дом Высшей школы экономики.

[https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/Кирия\\_Новикова-текст\\_site.pdf](https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/Кирия_Новикова-текст_site.pdf)

Клепикова, Е. (2020, 22 января). Портал NUR.KZ запустил робота, который читает новости. NUR.KZ

<https://www.nur.kz/1837092-portal-nurkz-zapustil-robotu-kotoryj-citaet-novosti.html>

Комитет информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан. (2022, май). СМИ.

<https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru>

Косенов, А. (2009, 11 июля). Нурсултан Назарбаев подписал закон о регулировании интернета. Tengrinews.

<https://tengrinews.kz/news/nursultan-nazarbaev-podpisal-zakon-o-regulirovanii-interneta-19333/>

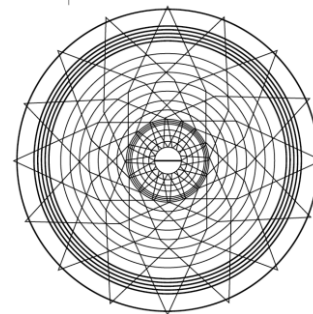
Лебедева, М. М., Боришполец, К. П., Иванова, Н. А., и Чепурина, М. А. (2016). Центральная Азия: Социально-гуманитарное измерение: Научное издание. Аспект Пресс.



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



Лукина, М. М. (ред.). (2010). Интернет-СМИ: Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов. Аспект Пресс.

МОН отменил онлайн-уроки для школьников: «Наш Интернет не приспособлен». (2020, 3 апреля). Tengrinews

<https://tengrinews.kz/news/mon-otmenil-onlayn-uroki-shkolnikov-nash-internet-397322/>

Мамырханова, М. (2019, 23 августа). За распространение фейков могут усилить ответственность в Казахстане. Курсив

<https://kursiv.kz/news/obschestvo/2019-08/za-rasprostranenie-feykov-mogut-usilit-otvetstvennost-v-kazakhstane>

Морозов, А. А. (2008). Институционализация СМИ Республики Казахстан как субъекта гражданского общества. Б. К. Султанов (ред.), Современные демократические преобразования в Республике Казахстан. КИСИ при Президенте РК.

Назарбетова, А. К. (2017). Политический контекст масс-медийного пространства: опыт политической компаративистики [Диссертация на соискание степени доктора философии, Казахский национальный университет имени аль-Фараби]. КазНУ.

[https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/Диссертация%20\\_%20Назарбетова.pdf](https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/Диссертация%20_%20Назарбетова.pdf)

О проекте (н. д.). Tengrinews.

<https://tengrinews.kz/page/about/>

О проекте NUR.KZ. (н. д.). NUR.KZ.

<https://www.nur.kz/about-us.html>

Совина, М. (2022, 8 января). Жители Казахстана получили доступ к новостным порталам о ситуации в стране. Lenta.ru.

<https://lenta.ru/news/2022/01/07/portal/>

Тютебаева, А. М. (2013). Современные казахстанские массмедиа: перспективы и развитие. Bulletin KazNU. Filology series, 1–2, 128–142.

Центрально-Азиатская Рекламная Ассоциация. (н. д.). Отчет «Динамика объема рекламы в средствах ее распространения за 2017–2021 годы».

<http://aaca.com.kz/materials>

Что нужно знать об аудитории KAZ.NUR.KZ. (2020, 27 марта). NUR.KZ.

<https://www.nur.kz/1846067-cto-nuzno-znat-ob-auditorii-kaznurkz.html>





## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

Bulatova, M., & Beisenkulov, A. (2017). The Role of Social Media in Kazakhstani Journalism: New Traditions and Challenges. *Global Media Journal*.

<http://www.globalmediajournal.com/open-access/the-role-of-social-media-in-kazakhstani-journalism-new-traditions-and-challenges.php?aid=85892>

Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 5(2), 203–230.

<https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>

Internet World Stats. (н. д.). Internet Usage in Asia. Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia>

Kenny, T., & Gross, P. (2008). Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics, and Widespread Self-censorship. *The International Journal of Press/Politics*, 13(4), 515–525.

<https://doi.org/10.1177/1940161208324644>

Nur.kz. (н. д.). Similarweb. Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://www.similarweb.com/ru/website/nur.kz/>

Reporters Sans Frontières. (н. д.). Kazakhstan. Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://rsf.org/fr/kazakhstan>

Steppe. (н. д.). Краткий пересказ: Медиа. <https://the-steppe.com/kcell-recap?i=media>

Tengrinews.kz. (н. д.). Similarweb. Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://www.similarweb.com/ru/website/tengrinews.kz/#overview>

Worldometer. (н. д.). Kazakhstan Population (Live). Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://www.worldometers.info/world-population/kazakhstan-population/>

Zakon.kz. (н. д.). Similarweb. Дата обращения: 25 июня 2022.

<https://www.similarweb.com/ru/website/zakon.kz/#overview>

Zakon.kz. Media-Kit. (2022). *Zakon.kz*.

<https://sp.zakon.kz/sp/advertpage/>

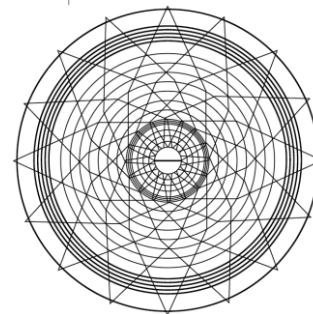
Zakon.kz 20 лет. (2019). *Zakon.kz*.

<https://sp.zakon.kz/sp/20let/>

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



# DEVELOPMENT TRENDS OF ONLINE NEWS MEDIA IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

**Taygarina D.**

Master of Media Communications  
(Nur-Sultan, Kazakhstan)  
[dina.taygarina@gmail.com](mailto:dina.taygarina@gmail.com)

### **Abstract:**

The article is devoted to the study of the features of online news media in the Republic of Kazakhstan. In the theoretical part of the work the author characterizes Internet media as "new media" and considers digitalization and convergence as the main development trends. Data on the degree of Internet penetration in Kazakhstan, on the number of registered media and advertising volumes provide a general idea of the country's media industry. The article describes the chronology of media development in independent Kazakhstan, provides examples of modern online media and a detailed analysis of the three most popular news websites (Tengrinews, Zakon.kz and NUR.KZ). The article also presents data on the number of subscribers of this websites in social media as of June 2022 and summarizes the development trends of online news media in the Republic of Kazakhstan, including content personalization, development of new formats, active interaction with the audience through social media, growth popularity of Kazakh-language versions of the media among young people and an increase in online advertising.

**Keywords:** online news website, online media, new media, media in Kazakhstan, online media development trends

### **REFERENCES**

Aktanov, D. (2015, September 29). Yazykovaya politika Kazakhstana. Tsentr L'va Gumileva

<https://www.gumilev-center.ru/yazykovaya-politika-kazakhstana/>

Bulatova, M., & Beisenkulov, A. (2017). The Role of Social Media in Kazakhstani Journalism: New Traditions and Challenges. Global Media Journal. <http://www.globalmediajournal.com/open-access/the-role-of-social-media-in-kazakhstani-journalism-new-traditions-and-challenges.php?aid=85892>

Byuro natsional'noy statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazakhstan. (2022, April 13). Dolya pol'zovateley seti Internet i komp'yuterom. Statistika informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologiy.

<https://stat.gov.kz/official/industry/29/statistic/7>



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

Castells, M. (2004). Galaktika Internet. U-Faktoriya.

Chto nuzhno znat' ob auditorii KAZ.NUR.KZ. (2020, March 27). NUR.KZ.  
<https://www.nur.kz/1846067-cto-nuzhno-znat-ob-auditorii-kaznurkz.html>

Deuze, M. (2003). The web and its journalisms: Considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 5(2), 203–230.  
<https://doi.org/10.1177/1461444803005002004>

Domennaya sistema adresatsii. (n. d.). Kazakhskiy tsentr setevoy informatsii  
<https://nic.kz/overview/>

Internet World Stats. (n. d.). Internet Usage in Asia.  
<https://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia>

Istoriya stanovleniya informatsionnogo rynka v Kazakhstane. (n. d.). Pravo i SMI Tsentral'noy Azii.  
<http://medialaw.asia/node/9139>

Kalmykov, A. A., & Kokhanova, L. A. (2018). Internet-zhurnalistska. Teoreticheskie osnovy. Akademicheskiiy uchebnyk. Akademiya mediaindustrii.

Kalmykov, A. A. (2012). Medialogiya Interneta. RGGU.

Kazakhstantsy massovo zhaluyutsya na problemy s dostupom k sotssetyam. (2020, February 16). Sputnik.  
<https://ru.sputniknews.kz/society/20200216/12851272/kazakhstan-problemy-dostup-sotsseti-internet.html>

Kenny, T., & Gross, P. (2008). Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics, and Widespread Self-censorship. *The International Journal of Press/Politics*, 13(4), 515–525.  
<https://doi.org/10.1177/1940161208324644>

Kiriya, I. V., & Novikova, A. A. (2017). Istoriya i teoriya media: uchebnyk dlya vuzov. Izdatel'skiy dom Vysshey shkoly ekonomiki.  
[https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/Kiriya\\_Novikova-tekst\\_site.pdf](https://id.hse.ru/data/2016/12/08/1111908225/Kiriya_Novikova-tekst_site.pdf)

Klepikova, E. (2020, January 22). Portal NUR.KZ zapustil robota, kotoryy chitaet novosti. NUR.KZ  
<https://www.nur.kz/1837092-portal-nurkz-zapustil-robota-kotoryj-citaet-novosti.html>

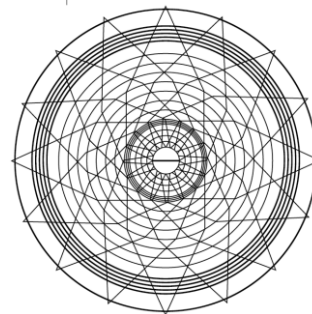
Komitet informatsii Ministerstva informatsii i obshchestvennogo razvitiya Respubliki Kazakhstan. (2022, May). SMI.  
<https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru>

Kosenov, A. (2009, July 11). Nursultan Nazarbaev podpisal zakon o regulirovanii interneta. Tengrinews.  
<https://tengrinews.kz/news/nursultan-nazarbaev-podpisal-zakon-o-regulirovanii-interneta-19333/>

## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*



Lebedeva, M. M., Borishpolets, K. P., Ivanova, N. A., & Chepurina, M. A. (2016). Tsentral'naya Aziya: Sotsial'no-gumanitarnoe izmerenie: Nauchnoe izdanie. Aspekt Press.

Lukina, M. M. (Ed.). (2010). Internet-SMI: Teoriya i praktika: Uchebnoe posobie dlya studentov vuzov. Aspekt Press.

Mamyrkhanova, M. (2019, August 23). Za rasprostranenie feykov mogut usilit' otvetstvennost' v Kazakhstane. Kursiv  
<https://kursiv.kz/news/obschestvo/2019-08/za-rasprostranenie-feykov-mogut-usilit-otvetstvennost-v-kazakhstane>

MON otmenil onlayn-uroki dlya shkol'nikov: «Nash Internet ne prisposoblen». (2020, April 3). Tengrinews  
<https://tengrinews.kz/news/mon-otmenil-onlayn-uroki-shkolnikov-nash-internet-397322/>

Morozov, A. A. (2008). Institutsionalizatsiya SMI Respubliki Kazakhstan kak sub"ekta grazhdanskogo obshchestva. B. K. Sultanov (Ed.), Sovremennye demokraticheskie preobrazovaniya v Respublike Kazakhstan. KISI pri Prezidente RK.

Nazarbetova, A. K. (2017). Politicheskiy kontekst mass-mediynogo prostranstva: opyt politicheskoy komparativistiki [PhD theses, Kazakhskiy natsional'nyy universitet imeni al'-Farabi]. KazNU.  
[https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/Dissertatsiya%20\\_%20Nazarbetova.pdf](https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder17928/Dissertatsiya%20_%20Nazarbetova.pdf)

Nur.kz. (n. d.). Similarweb. Retrieved June 25, 2022 from  
<https://www.similarweb.com/ru/website/nur.kz/>

O proekte (n. d.). Tengrinews.  
<https://tengrinews.kz/page/about/>

O proekte NUR.KZ. (n. d.). NUR.KZ.  
<https://www.nur.kz/about-us.html>

Reporters Sans Frontières. (n. d.). Kazakhstan.  
<https://rsf.org/fr/kazakhstan>

Sovina, M. (2022, January 8). Zhiteli Kazakhstana poluchili dostup k novostnym portalam o situatsii v strane. Lenta.ru.  
<https://lenta.ru/news/2022/01/07/portal/>

Steppe. (n. d.). Kratkiy pereskaz: Media. <https://the-steppe.com/kcell-recap?i=media>

Tengrinews.kz. (n. d.). Similarweb.  
<https://www.similarweb.com/ru/website/tengrinews.kz/#overview>

Tsentral'no-Aziatskaya Reklamnaya Assotsiatsiya. (n. d.). Otchet «Dinamika ob"ema reklamy v sredstvakh ee rasprostraneniya za 2017–2021 gody».  
<http://aaca.com.kz/materials>



## [Научные статьи]

Тайгарина Д.

*Тенденции развития новостных интернет-изданий  
в Республике Казахстан*

Tyutebaeva, A. M. (2013). *Sovremennye kazakhstanskije massmedia: perspektivy i razvitie*. Bulletin KazNU. Filology series, 1–2, 128–142.

Vartanova, E. L. (2003). *Mediaekonomika zarubezhnykh stran: Uchebnoe posobie*. Aspekt Press.

Vartanova, E. L. (2008). *Novye media kak faktor modernizatsii SMI*. *Informatsionnoe obshchestvo*, (5–6), 37–39.

<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c>

Worldometer. (n. d.). *Kazakhstan Population (Live)*.

<https://www.worldometers.info/world-population/kazakhstan-population/>

Zakon.kz. (n. d.). *Similarweb*.

<https://www.similarweb.com/ru/website/zakon.kz/#overview>

Zakon.kz. *Media-Kit*. (2022). *Zakon.kz*.

<https://sp.zakon.kz/sp/advertpage/>

Zakon.kz *20 let*. (2019). *Zakon.kz*.

<https://sp.zakon.kz/sp/20let/>

*Zakon Respubliki Kazakhstan ot 23 iyulya 1999 goda N° 451-I «O sredstvakh massovoy informatsii» (s izmeneniyami i dopolneniyami po sostoyaniyu na 03.05.2022 g.)*

[https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=1013966#pos=59;-47](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1013966#pos=59;-47)

Zemlyanova, L. M. (2004). *Kommunikativistika i sredstva informatsii: Anglo-russkiy tolkovyy slovar' kontseptsiy i terminov*. Izd-vo Mosk. un-ta.