

DOI:10.26104/NNTIK.2023.71.95.056

Дуйшекеева А.Т., Маматисаева А.У.

**МЕДИАНЫН КОНВЕРГЕНЦИЯ КОНТЕКСТИНДЕ «МАРАЛ-FM»
РАДИОСУНУН УКТУРУУЛАРЫНЫН ТРАНСФОРМАЦИЯЛАНЫШЫ**

Дуйшекеева А.Т., Маматисаева А.У.

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЕЩАНИЯ РАДИО «МАРАЛ-FM»
В КОНТЕКСТЕ КОНВЕРГЕНЦИИ МЕДИА**

A. Duishekeeva, A. Mamatisaeva

**TRANSFORMATION OF RADIO BROADCASTING
«MARAL-FM» IN THE CONTEXT OF MEDIA CONVERGENCE**

УДК: 659.2;3 (575.2) (04)

Маалымат технологиялардын тездик менен өнүгүшү жана ковергенциялануу процесстери салттуу ММКнын трансформацияланышына түрткүберди. Интернет айдыгында газеталардын же маалымат агенттиктеринин сайтында аудио жаңылыктардын же видеорепортаждардын, ал эми радионун сайтында макала, фотоматериалдардын жайгашышы көнүмүш көрүнүш катарында кабыл алынат. Радио өзүнүн ийкемдүү маалымат каражаттарын дадалылдеп, радиоэфир менен бирге эле телеэфирге да өзүнүн өндүрүмүн сунуштай баштады. Ошентип заманбап медиага ыкчамдык, мобилдүүлүк, мультимедиялуулук, универсалдуулук, интерактивдүүлүк мүнөздүү. Учурда мультэкранга жайгаштырылган интернеттеги телевизиондук ток-шоу, блогер алып баруучу менен коштолуусу, макаланын инфографика, анимация, аудио же видео фрагменттер менен берилиши реалдуу көрүнүш болуп калды. Макалада мына ушундай өзгөрүүлөрдүн контекстинде «Марал-FM» радиосунун структурасы жана өнүгүү стратегиясына ылайык аракеттери каралган. Медиа уюмдун уктурзууларынын теле өндүрүмгө, интернет платформаларда. Социалдык тармактарда трансформацияланышы анализге алынган. Ошондой эле аудиторияны тартуунун ийкемдүү формасы катарында бул каналдын популярдуу подкасттары жөнүндө сөз болот.

Негизги сөздөр: маалымат технологиялары, конвергенция, трансформация, радио, социалдык тармактар, Instagram, аудиоподкасттар.

Стремительное развитие информационных технологий и процессы конвергенции способствовали трансформации традиционных СМИ. Размещение на сайте газет или информационных агентств аудио новостей или видеорепортажей, а на сайте радио статей, фотоматериалов стали обычным явлением. Радио зарекомендовало себя как гибкое средство массовой информации и начало предлагать свою продукцию не только на радио, но и в телеэфире. Современные медиа характеризуются гибкостью, мобильностью, мультимедийностью, универсальностью, интерактивностью. В настоящее время уже является реальностью размещенное на мультэкране интернет-телевизионное ток-шоу в сопровождении ведущего блогера, презентация статьи с инфографикой, анимацией, аудио и видеофрагментами. В статье в контексте подобных изменений рассматривается структура и действия в соответствии со стратегией развития радио «Марал-FM». Предлагается анализ трансформации вещания радио на телевизионный продукт, версий в социальных сетях на интернет-платформе.

мах. В качестве гибкой формы привлечения аудитории говорится о популярных подкастах этого канала.

Ключевые слова: информационные технологии, конвергенция, трансформация, радио, социальные сети, Instagram, аудиоподкасты

The rapid development of information technology and convergence processes have contributed to the transformation of traditional media. Placing audio news or video reports on the website of newspapers or news agencies, and on the website of radio articles, photographic materials have become commonplace. Radio established itself as a flexible medium and began to offer its products not only on radio, but also on television. Modern media are characterized by flexibility, mobility, multimedia, versatility, interactivity. At present, an Internet television talk show hosted on a multi-screen, accompanied by a leading blogger, is already a reality. As well as the presentation of the article with infographics, animation, audio and video clips. In the article, in the context of such changes, the structure and actions are considered in accordance with the development strategy of radio "Maral-FM". An analysis of the transformation of radio broadcasting into a television product, versions in social networks on Internet platforms is proposed. As a flexible form of attracting the audience, the popular podcasts of this channel are mentioned.

Key words: information technology, convergence, transformation, radio, social networks, Instagram, audio podcasts

Учурда ММКнын конвергенцияланышы мүнөздүү тенденциялардан болуп калды. Журналистикадагы конвергенция – бул бири бири менен байланышкан маалымат технологияларынын негизинде табиятында ар түрдүү ММКдын кошулуп бир уюштуруучулук структурага айланышы, жакындашуусу болуп саналат. Учурда Интернеттин пайда болушу, информациялык-компьютердик технологиялардын ыкчам өнүгүшү медиасистеманын структуралык өзгөрүлүшүнө алып келди.

Учурда маалымат технологиялардын таасиринде процесстерди үйрөнүүдө “ММКнын конвергенциясы” түшүнүгүн аныктоо боюнча Е.Л. Варганова, И.И. Засурский, А.А. Калмыков, А.Г. Качкаева, В.Л. Цвик, Л.П. Шестеркина иштешип, бирок бирдей дефиницияны тааныша элек. Окумуштуу А.Качкаева конвер-

генттик журналистиканын салттуу журналистикадан айырмасы “мазмунга, редакцияларды түзүүдө жана милдеттерди бөлүштүрүүгө болгон мамилеси менен айырмаланат, ошондой эле инструментарий катарында негизинен интернет-технологияларды колдонот” деген аныктаманы берген [1, 21-б.]. Информациялык капитализм теориясынын автору М.Кастельстин айтымына караганда “ММКнын конвергенциясы”, “конвергенттик медиа”, “конвергенттик журналистика” терминдеринин көп маанилүүлүгү “медиа революция биздин көз алдыбызда жүрүп жана мурда өз алдынча болгон басма сөз, радио жана телекөрсөтүүнүн” биригиши ар кандай жолдор менен ишке ашып жаткандыгына байланыштуу экендигин белгилейт [2, 47-б.].

Кыргызстандын маалымат мейкиндигинде өзүнүн орду жана реалдуу аудиторияга ээ мезгил чакырыктарына жооп берип өнүгүүгө кадам таштаган масс медиалардын бири “Марал ТВ” телерадио компаниясы болуп саналат. Алгачкы учурда 2010-жылы 10 декабрда эфирге чыгып, “Марал FM» радиосу катарында угармандарына белгилүү болгон [3, 96-б.] Бул медиа уюм ошондой эле 2016-жылы “24ТВ” телеканалын ачкан.

2018-жылды сунушталган “Маралдын өнүгүү стратегиясында” социалдык тармактар жана жаңы медиалар менен конкуренция шартында стабилдүү ишмердүүлүктөгү белгилүү кирешеге ээ болуу менен өзүнүн ордун сапаттуу ишенимдүү жана объективдүү маалымат булактарынын бири катарында өнүгө тургандыгы аныкталган. Радионун форматы – көңүл ачуу элементтери камтылган баарлашуу радио катарында көрүшөт. Дүйшөмбүдөн жумага чейин угуунун активдүү учурларында олуттуу программаларды сунуштоо белгиленген. Ал эми саат 19.00дөн кийинки убакытты интеллектуалдык шоу, дем алыш жана майрам күндөрү балуулуктар жана билим берүү, мораль жана нравалуулук тематикасы сунушталган.

Өнүгүү стратегиясында келечекте “Марал” кыргыз жана орус тилиндеги сапаттуу контентти сунуштаган интеллектуалдуу радио форматына өтүү максаты коюлган. Бул максатка жетүү үчүн радио программалык саясатты кайрадан карап чыгып, пландаштыруу жана менеджмент системасын киргизүү, кадрларды даярдоо, миссияны жана максат милдеттерди жана станциянын рыноктогу ордун оныктоо сыяктуу милдеттер коюлган.

Станция өзүнүн миссиясын - угармандар өлкөдө жана дүйнөдө болуп жаткан саясий-экономикалык, гуманитардык процесстерде түшүнүк алуу үчүн ар түрдүү көз карштарды жана эксперттик баа берүүлөргө аянтча болуу деп эсептейт. Радио өлкөдө өнүгүшүнө жана өлкөдө болуп жаткан окуяларга кайдыгер болбогон позицияны, балуулуктарды угармандарда калыптандырууну көздөйт. Максаты – ишенимдүүлүк, бейтараптуулук принциптерине таянуу жана кар-

жылык туруктуулукка жетишүү менен адамдардын жашоосун жакшы жакка өзгөртүү үчүн активдүү турмуштук позициядага аудиторияга сапаттуу контент даярдоо.

“Марал ТВ” телерадио компаниясы да маалымат технологияларынын таасиринде интеграциялык процесстерге дуушар болуп, биргелешкен телерадиоконтент даярдай баштаган. 2021-жылы “24ТВ” каналы “Марал ТВ” аталып санарип телеканалдардын платформасында көрсөтүүлөрүн тартуулай баштайт. Айтталы, “Күн чабыт”, “Дебют”, “Учурдагы муун”, “Дүйнө дүбүртү”, “Эски дос эстен кетпейт”, “Коом жана экономика”, “Кечки маанай”, “Мединфо”, “Чарбачыл”, “Жума кутбасы”, “Дин сабат”, “Баарын сүйлөшөбүз”, “Ырчы жеңенин ысык чайы” сыяктуу сыктуу программалар эфирге чыгат. Негизинен телеберүүгө радиоуктурууга, фейсбукка биргелешкен программалар тартууланат.

“Күн чабыт” программасында коомдук-саясий, экономикалык, социалдык тармактардагы актуалдуу маселелер талкууланат. “Күн чекит” болсо бир күндүн маанилүү окуяларын баяндаган программа. “Дүйнө дүбүртү” уктуруусунда дүйнөдөгү окуялар, маанилүү учурлар эксперттердин талдоосуна алынат. “Чарбачыл” программасында айыл чарба тармагындагы фермерлерге, дыйкандарга жана ишкерлерге кеңештер, пайдалуу маалыматтар берилет. Ал эми “Динсабат” ислам баалуулуктарын жайылтып, аудиторияга диний таалим тарбия жана кеңештерди берсе, “Жума хутбасы” – бир жуманын ичинде болгон актуалдуу окуянын негизинде ислам баалуулуктарына шайкеш келишин баяндаган программалардан болуп саналат. “Бишкектен сүйлөбүз” – борбор шаарыбыздын көйгөйлөрүнө жана аларды чечүү жолдорун баяндаган уктуруу. “Турмуш сабактарында” жашоо-турмушка байланыштуу кеп-кеңештер айтылат, окуялар баяндалат. “Баарын сүйлөшөбүз” программасына коомдогу белгилүү инсандар чакырылып, ар түрдүү багытта суроолор берилип, маск форматында эфирге чыгат.

“Кечки маанай” – аудиторияга кечинде бир күндө болгон жаңылыктар менен бөлүшүп, оюн, ыр, күлкү тартуулайт. Программанын экинчи саатында ар тармактан чакырылган коноктор менен түз эфирдеги баарлашуу сунушталып, угуучулар, көрүүчүлөр да суроолоруна жооп алышат. Ал эми “Ырчы жеңенин ысык чайы” берүүсү “Маралдын” эң популярдуу топ программаларынан болуп саналат. Берүүгө элге белгилүү болгон маданият өкүлдөрү чакырылат. Эфир студиясына дасторкон жайылып, келген эфирдин таланттуу меймандары жандуу үн менен ырдап, өнөрлөрү менен шаңдуу майрамдык маанай тартуулашат.

Көрсөтүүнүн жана уктуруунун өзгөчөлүктөрүнө байланыштуу гана “Марал ТВ” каналынын контентинде айырмачылыктар кездешет. Телеберүүгө мисалы эртен мененки көңүл ачуу программалары, куттуктоо-

лор сыяктуу радиоуктуруулар берилбейт анын ордуна, музыкалык клиптер, кинофильмдер, мультфильмдер коюлат. Фейсбук платформада болсо, радионун дээрлик бардык программалары чыгат. Фейсбукта “Марал FM» радиосунун 96 миң катталуучулары бар. “Марал” медиа уюму интернет айдынында башка социалдык платформаларды да активдүү пайдаланат. “Марал FM» дин инстаграм баракчасында 211 миң адам катталган. Ал эми ютубда 323 миң, телеграммда 1639 катталуучулары бар. Ютубда “Амазон” окуу курсу жана онлайн бизнес тууралуу Чубак Шаршенов менен маек, “Берекелүү рамазан” берүүсүндө көрө албастык жана суктануунун адамга тийгизген таасири жөнүндө теолог Саида Абдураимова менен маек, ошондой эле “Ой багыт” укма-китеби сунушталган.

Мындан тышкары “Марал FM»дин “Учурдун балдары” уктуруулары да ютуб платформасына коюлат. Мисалы, бул программанын кезектеги чыгарылышында ата-энелерди кыйнаган маселе окуу китептеринин жетишсиздиги жөнүндө талкуу болгон. Берүүнүн башында китеп саткан жерлерде тартылган видеосюжет сунушталгандан кийин, студияга чакырылган коноктор менен маек улантылып, окуу китептерине байланыштуу көйгөйлөр талкууланган. Ошондой эле майыптуулугу бар адамдардын укугун коргогон жарандык активист Аскар Турдугулов жөнүндө “Теңдип издеп” деген даректүү кызыктуу тасма сунушталган. Даректүү тасманы 2022-жылы 2 467 пайдалануучулар көргөн.

Учурда эң популярдуу Тик-Ток платформасында “Марал FM»дин күйөрмандары 83,6 миңге жеткен жана колдоо көрсөткөн 1, 3 миллион лайк басылган. Ошентип конкреттүү медианын мисалында ММКдагы конвергенциялануу процесстери маалымат технологияларынын өз ара байланышына, айкалышына, мүмкүнчүлүктөрдүн кеңейишине алып келгенин көрөбүз. Маселен бул процесстердин натыйжасында интернет базасында маалыматты бир эле учурда маалыматты тексттик, графикалык, аудио жана видео түрүндө пайдалануу мүмкүнчүлүгү түзүлдү. Натыйжада конвергенттик ММК мультимедиялык, онлайндык, көп каналдуулук сыяктуу жаңы мүнөздөмөлөргө ээ болду. Бул маалыматты тынымсыз жаңылап, реалдуу убакыт режиминде берүүгө мүмкүндүк түздү. Интернет платформасындагы конвергенция аудиторияга маалымат тандап алуунун максималдуу эркиндигин, өз пикирин айтуу жана ММКнын контентин түзүүгө катышуу мүмкүндүгүн берди [4, 11-б.]

Техникалык прогресс жана финансылык, коммерциялык факторлор конвергенттик редакциялардын түзүлүшүн шарттады. Конвергенттик редакция – бул практикалык тажрыйбага таянсак, интернет, радио, телеканалдар, басма сөз үчүн өндүрүмдү даярдаган медиа бирикмелер болуп саналат. Мисалы телекөрсөтүү, радио берүүгө жана социалдык тармактарга ыла-

йыкташтырылган контент даярдоо “Марал” масс медиасынын бирдиктүү структуралык түзүлүшкө ээ болгон административдик жана чыгармачылык жамаатынын ишмердүүлүгүнүн натыйжасында ишке ашырылат. “Марал-ТВ” телерадиокомпаниясынын структурасы администрация, сатуу бөлүмү - СММ, жаңылыктар бөлүмү, маданий-музыкалык бөлүм, техникалык бөлүм, автордук программалар сыяктуу бөлүктөрдү камтыйт.

Администрация – бул башкаруу жана уюштуруу менеджментин, жалпы концепциялык ишмердүүлүк саясатын ишке ашырган башкы директор, административдик директор, финансы директору, юрист, кеңсе менеджери, техникалык кызматкер сыяктуу кызматтар эсептелет. Медиауюмду Акынбек Эргешов жетектейт. **СММ жана сатуу бөлүмүндө** креатив боюнча директор, жарнама боюнча 2 менеджер иштейт. Бир менеджерге кошумча медиамаектептин башчысынын кызматы да тапшырылган.

Жаңылыктар бөлүмүн башкы редактор Орозгүл Арстанова башкарат. Бул бөлүмдө Бахар Хакимова, Жумабай кызы Айпери, Махбуба Сайталиева, Айдина Маматисаева, Зымрат Эркинбекова кабарчылык милдетти аркалашат. Ошондой эле Айтурган Сейитбекова жана Айдарбек кызы Бурулсун СММ адистер бар. Оператордук ишти Жолборсбек Пайзылдаев, Биназар Хадлов алып барышат. Эрлан Жумагазиев аткарган корректордук кызмат да бар.

Маданий-музыкалык бөлүмдү редактор Алтынбек Кыдыралиев жетектейт. Музыкалык редактор болуп Загиба Мусабаева иштейт. Ошондой эфирди ди-джейлер Назгүл Акунова, Сезим Жээнбекова, Назима Бейшеева алып барышат. Ди-джейлер штатта жана штаттан тышкары алыныш мүмкүн.

Техникалык бөлүмдү ТВ-транслятор Марс Муютов, техник-адис Руслан Абдулдаев тейлешет. Ал эми “Мединфо” автордук программаны штаттан тышкары кызматкерлер Жаркын Жаныбек кызы жана Бермет Омуралиева даярдап алып барышат.

Редакциянын курамы мүмкүн болушунча чакан болуп, натыйжалуу иш алып баруу максатына баш ийдирилип ийкемдүү түзүлгөндүгүн көрөбүз. Штаттагы 29 кызматкер “Марал ТВ” жана “Марал FM» каналдарындагы 24 сааттык контентти камсыз кылат. Мындан тышкары фейсбук, ютуб, телеграмм, инстаграм, тик-ток платформалары боюнча контентти тынымсыз жайылтып турушат. Жогоруда аталган программалардан белгилүү болгондой негизинен түрдүү форматтагы жаңылыктар, агартуучулук багыттагы, көңүл ачуучу, музыкалык берүүлөр өндүрүмдүн өзөгүн түзөт. “Марал” медиа уюму чет элдик өндүрүштүн телерадиоберүүлөрүн ретрансляция жасабайт, өздөрү даярдаган өндүрүмдү гана эфирге сунуштайт.

Албетте, медиконвергенциянын таасири менен редакциялык түзүмдөрдүн өркүндөтүлүшү жана мындан ары да тереңдеши күтүлөт. Анткени контентти ар

түрдүү платформаларга коюу менен гана чектелбестен, ылайыкташуу, натыйжалуу форматтарда сунуштоого басым жасалууда. Айталы, учурдун практикасында редакциялык түзүмдөрдө “медиадирижер”, “жаңылыктык деск” деген түшүнүктөр пайда болду. “Жаңылыктык деск” мурда традициялык редакцияларда бир дагы кызмат ээ болбогон функцияларды аткарат. Ал бардык редакциялык процесстерди башкарат, теманы тандоодон баштап, өндүрүмдүн көлөмү, форматы, мөөнөтү, жасалгасы б.а. жалпы контенти боюнча чечимдерди кабыл алат, ар түрдүү бөлүмдөрдөгү кызматкерлердин жана кесиптердин ишин пландаштырат. Ошентип “жаңылыктык деск” командасы редакциялык процесстин бардык функцияларын өзүнө алат [1, 70-б.].

Медиа өндүрүм моделинин өзү да өзгөрүүгө дуушар болуп, фото, видео, аудио, текст, инфографика, карикатура сыяктуу форматтарда пландаштыруу бири бирине байланышкан “чынжарчага” айланууда. Ошентип ар бир платформага ылайыкталган фрагменттери аркылуу окуяны баяндаган варианттар даярдалат. ММК системасында анын ар кандай кандай түрлөрүнүн интеграциялык процесстери уланып жатат. Албетте, илимде бул тенденцияга байланыштуу ар кандай аныктамалар берилүүдө, бирок анын бардыгы журналистикадагы “конвергенция” түшүнүгү менен аныкталат [5, 27-б.].

Учурдагы заманбап массмедиа аудиториянын талабына ылайык ар түрдүү, сапатуу контентти гана камсыз кылбастан, аудиторияны тартуунун ийкемдүү формаларын издөөгө, колдонууга мажбур. Бул багытта кийинки учурда кеңири жайылтылган подкасттар форматы болуп эсептелет. Подкаст – бул контентти сунуштоонун жаңы форматы жана аудитория менен мамиле куруунун ыкмасы катарында кабыл алынат. Маалыматтарга таянсак бул терминди биринчи жолу 2004 журналисти Бен Хаммерсли колдонуп, бир жылдан кийин Америкалык Оксфорд Жаңы сөздүгүндө бул термин “жылдын сөзү” аталган жана подкастка аныктама берилген. М. Ломоносов атындагы ММУнун окмуштуулары Е.А. Воинованын, Е.В. Свиякованын белгилегендей, подкастын эң башкы айырмачылыгы анын убакытка жана жерине көз каранды эместигине байланыштуу: “Главным свойством подкаста стала возможность отложенного прослушивания. Иными словами, новый формат предоставил возможность потребления контента вне зависимости от времени и места» [6, 107-б.].

Подкасты каалаган убакытта, каалаган жерде угууга, көрүүгө болот. Ошондуктан аудитория үчүн эң ыңгайлуу формат болуп саналат. “Марал” медиасы “Укма -китеп” сыяктуу аудиоподкасттарды угармандарга сунуштаган. Айталы, “Укма- китеп” форматында атактуу жазуучу Чынгыз Айтматовдун 90 жылды-

гына арналган “Айтматовду окуйбуз” деген циклдик уктуруулар даярдалган. Кызыктуусу Айтматовдун чыгармаларын профессионал дикторлор же актерлор эмес, белгилүү коомдук жана саясий ишмерлер, депутаттар окуган. Мисалы, “Ак кеме” повестинен үзүндүлөрдү дипломат Таалатбек Масадыков, Жогорку Кеңештин депутаттары Абдувахап Нурбаев, Чыныбай Турсунбеков, Каныбек Иманалиев, Аида Касымалиева, саясат талдоочу Алмазбек Акматалиев, Кыргыз эл жазуучусу Султан Раев сыяктуу белгилүү инсандар окуган. Жалпысынан алганда “Укма-китептин” 15 чыгарылышы тартууланган.

2022-жылы “Коңгуроо” деген аталыштагы подкаста ар бир адам эске алыш керек болгон, ойлонуш керек болгон маселелер боюнча коомчулукка кагылган коңгуроо катарында көңүл бурдуруу идеясы камтылган. Ошондуктан подкаст Эрнест Хемунгуйдин “Коңгуроо ким үчүн кагылды деп сураба. Ал сен үчүн” деген фразасы менен башталат. Алгачкы чыгарылышка белгилүү ишкер, коомдук ишмер Эмил Үмөталиев чакырылып, эмоционалдык интеллектин коом үчүн муктаждыгы жана мааниси жөнүндө маек жүрөт. Маектин маңызы эмоционалдык интелекти бийик адамдар гана ийгиликтүү боло алат деген жыйынтыгына байланыштуу десек болот.

Ошентип аудиториянын ишеними үчүн болгон күрөш “Марал-ТВ” телерадиокомпаниясынын контент-стратегиясын гана өзгөртпөстөн, аудитория менен байланышты бекемдөөнүн жана контентти сунуштоонун подкаст сыяктуу жаңы формаларын издөөгө түрткү болду.

Адабияттар:

1. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. / Под. ред. А.Г. Качкаевой. - М. 2010 – 200 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общества, культура: Пер. с англ. Под науч. Ред. О.И. Шкарatina. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
3. Дуйшекеева А. Марал-FM радиосунун программаларынын социалдык жана маданий агартуучулук багыты/ И.Арабаев атындагы КМУнун Жарчысы. Атайын чыгарылыш. - Б., - 2014. - 95-98-бб.
4. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам//Сост. Балмаева. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010 (Екатеринбург: Типография "Аграф"). – 146с
5. Цвик В.Л. О конвергенция в журналистской науке// Вестник электронных и печатных СМИ 2009,№10. URL:<http://vestnik.ipk.ru/index.php?id=1668>. 10 Журналистика ..115стр
6. Воинова Е.А., Свиякова Е.В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды. <https://cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoykommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoyy-mediasedy>
7. Дуйшекеева А.Т. Стилистические особенности передач радио Би-Би-Си на кыргызском языке. Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. 2022. №. 1. С. 255-258