

Дуйшонбаева А.Б.

КЫРГЫЗСТАНДЫН МЕДИАСИСТЕМАСЫНДАГЫ
ИНТЕРНЕТТИН ОРДУ ЖАНА РОЛУ

Дуйшонбаева А.Б.

МЕСТО И РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В МЕДИАСИСТЕМЕ
КЫРГЫЗСТАНА

A.B. Duishonbaeva

THE PLACE AND ROLE OF THE INTERNET IN THE
MEDIA SYSTEM KYRGYZSTAN

УДК: 9.93

Макалада мамлекетибиздеги массалык маалымат каражаттарынын өнүгүү алкагында Интернеттин, Интернет-ММК пайда болуусу, интернет ресурстарынын коомдук турмуштун баардык тармактарында терең, кенен жайылышы кеңири талдоого алынган. Эгемендүү Кыргыз Республикасынын саясий айдыңындагы ММК орду жана ролу чоң. Көз карандысыз Кыргызстандын ММК жетишкендиктеринин бири масс медиа фронтунда мурда салттуу болбогон, жаңы форматтагы, диапазон, тематикадагы жана көз караштардагы каражат – Интернеттин пайда болушу болуп калды. Интернет, Интернет-ММК кыска мөөнөттө пайдалануучулар арасында өз ордун, нугун таба алды. Кыргыз Республикасында кыска мөөнөттө жаңыча иш алып барган, салттуу эмес Интернет сайттары, ресурстары, порталдары сыяктуу Интернет-ММК калыптанды. Мурда жок Интернет-ММК, ресурстары, аны функциялары интернеттин, гипертекстуалдыгы, мультимедиялыгы, интерактивдүүлүгү пайда болду. Ошолордун катарында пайда болгон Интернет, азыркы социалдык институттардын көптөгөн функцияларын турмушка ашырууга ыңгайлуу талаа болуп калганы талашсыз. Акыркы 15-20 жыл ичинде көз карандысыз Кыргызстандын медиа айдыңында интернеттин пайда болуусу, кыска мөөнөттө анын калктын баардык социалдык катмарлары тарбынан кеңири колдонулушу, ага басым кылуусу жана маалыматтарды тез жеткирүү мүмкүнчүлүгү дал ушул салттуу эмес ММК кеңири жана тез жайылуусуна алып келди.

Негизги сөздөр: мамлекет, өнүгүү, тармак, орду, нук, көз карандысыз, ролу, терең, ыңгайлуу, калк.

В статье рассматриваются и анализируются в рамках тенденции развития СМИ, независимого Кыргызстана, возникновение, развитие и распространение Интернета, Интернет-СМИ. Средства массовой информации – это один из ключевых инструментов политической системы страны. В суверенном Кыргызстане возникли и появились нетрадиционные, нового формата и диапазона, с новой тематикой, взглядом, не похожие на ранние СМИ – одна из них Интернет, Интернет-СМИ, интернет ресурсы с новыми функциями, отличающиеся гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью, которые требуют дополнительного изучения. Актуальность темы заключается в этом. В годы независимости Кыргызской Республики, особое место занимает Интернет, в качестве средства передачи информации, которое появилось в последние 15-20 лет. Интернет незаметно, но прочно и активно вошла в повседневную деятельность всех сфер жизни и слов общества. За короткое время нетрадиционные Интернет

ресурсы крепко, убедительно и глубоко вошли в политическую, социальную, культурную, морально-психологическую сферы жизни всех слоев населения.

Ключевые слова: государство, развитие, сеть, место, ниша, независимый, роль, глубокий, удобный, население.

Any country that has chosen its own model of economic development has the right to its own information model. Kyrgyzstan has chosen an open society with a large degree of freedom of speech and press. This is the choice of our society. The print media of Kyrgyzstan is now looking for ways to create new professional organizations. Thus, the mass media Association is born. Like no other country, the print media in Kyrgyzstan is experiencing a rapid process of growth and development. A novelty in the Kyrgyz media is the business press. Mass media is one of the key instruments of the country's political system. The life and activities of print media are regulated by the Law of the Kyrgyz Republic "On mass media". At the same time, many journalists, as well as creative teams in general, simply do not know and do not observe this law, since they do not take into account certain new realities. This research paper examines the tendency of the development of mass media in sovereign Kyrgyzstan in the conditions of the political system of an independent state. It also deals with the role of the mass media in the political space of independent Kyrgyzstan. It examines the emergence and development of Internet media too, their political, economic and social field in the development of information space. The mass media of Kyrgyzstan have developed and will continue to develop in a democratic system.

Key words: state, development, network, place, niche, independent, role, deep, convenient, population.

Ар тараптуу талкуунун уюштурулушу да, окурмандар тарабынан мындай шартты пайдаланылышы да мүмкүн эмес. Бүгүнкү күндөгү массалык маалымат каражаттарынын системасындагы өзгөрүүлөр азыркы аудиториялардын суроо-талаптары жана базар экономикасындагы бүтүндөй массалык маалымат каражаттарынын өнүгүшү менен шартталган. Бул тенденция Интернеттин кириши, анын маалыматтык коомдун түптөлүшүндөгү ролу, ошондой эле Кыргызстандагы массалык маалымат каражаттары системасынын экономикалык аспектилерин аркылуу аныкталат. Интернетке кирүү деңгээли экономикалык өнүгүүнүн, жарандык активдүүлүктүн, коомдогу саясий эркиндиктин көрсөткүчү болуп саналат. Интернет массалык

маалымат каражаттарынын ишмердиги жана алардын өнүгүшү үчүн аянтча гана болуп бербей, массалык маалымат каражаттарынын түрлөрүнүн жана жанрларынын синтезделишине жол ачат. Өзүнүн өнүгүү жолундагы өткөөл мезгилде жашап жаткан Кыргызстандын массалык маалымат каражаттары системасындагы мына ушундай өзгөрүүдөгү мүнөз – салттык массалык маалымат каражаттарынын Интернет айдынына өтүшү менен белгиленет. Ошондуктан, Кыргызстандагы интернеттин – массалык маалыматтын өнүгүшү өзүнө гана таандык мүнөзгө ээ болгондугун белгилей кетишибиз зарыл. Бул жерде саясий жана экономикалык түзүлүш, маданият, этнопсихология, постсоветтик алкактагы менталитеттин этникалык мүнөздөрүнө салыштырмалуу өзгөчөлүгү, ошондой эле массалык маалымат каражаттары чөйрөсүндөгү өнүгүүнү калыптандыра турган экономикалык, социалдык-саясий жана башка көптөгөн башка аспектилер өзгөчө эске алынышы керек.

Интернет – бул бардык социалдык институттардын функцияларын ишке ашырууга мүмкүнчүлүк берген заманбап аянт. Интернетке кирүү деңгээли экономикалык өнүгүүнүн, жарандык активдүүлүктүн, коомдун саясий эркиндигинин көрсөткүчү болуп саналат [1, 65-б.]. Мындан он жыл мурун бул көрсөткүчтөрдүн деңгээли массалык маалымат каражаттарынын деңгээли жана эркиндиги аркылуу аныкталып турган. Ал эми Интернеттин пайда болушу, анын жалпы билим берүү алкагына жайылтылышы маалыматтык жана телекоммуникациялык технологиялардын өнүгүшүнө жол ачты. Ошону менен катар эле экономикалык оор шарт менен байланышкан массалык маалымат каражаттарындагы басылмалардын кризиси Интернеттин өнүгүшүндөгү маанилүү факторлордун бири болуп калды.

Массалык маалымат каражаттарына Интернет кандай кызматтарды көрсөтөт? Интернет – массалык маалымат каражаттары (ошондой эле web - массалык маалымат каражаттары, онлайн - массалык маалымат каражаттары) – булар массалык маалымат каражаттарынын функцияларын аткарган Интернет ресурстары. Интернеттеги массалык маалымат каражаттары салттык медиа – газета, телевидение, радио аркылуу белгилүү мезгил аралыгында журналисттик жамаат тарабынан даярдалган жаңылыктарды, коом турмушун чагылдырып турат [2, 71-б.]. Интернеттеги массалык маалымат каражаттарынын функциясы салттык массалык маалымат каражаттарынын классикалык функциясына окшош. Бирок Интернеттин техникалык мүмкүнчүлүгү бир топ артыкчылыкка ээ. Интернеттеги жалпыга маалымдоо каражаттары функцияларын

аткарууда, бир жагынан, масалык маалымат каражаттарына мүнөздүү мазмунду сактап турса, экинчи жагынан, чөйрөгө шартталган артыкчылыктарга ээ болушу менен белгилүү.

Интернет желесиндеги массалык маалымат каражаттарынын негизги мазмуну коммуникативдик функцияга ээ болот. Интернеттеги массалык маалымат каражаттары салттык массалык маалымат каражаттарынан айырмаланып, коммуникациянын эки тараптуу моделин бир топ ийгиликтүү жүзөгө ашырат. Интернет окурманы массалык маалымат каражаттарынан маалымат эле албай, маалымат алмашуунун толук кандуу катышуучусу боло алат. Мындагы пикир алышуу реалдуу убакыт режиминде ал же бул коммуникативдик чөйрөдө жүрөт. Мисалы, сайттардын кошумча коммуникативдик функциялары тема боюнча талкууларды уюштурууга, сурамжылоолорго жана популярдуу темалардын рейтинги жогору темалар боюнча сурамжылоого катышууга мүмкүнчүлүк түзөт. Ошондой эле онлайн пресс-конференцияларга катышып, экспертке же журналистке суроо берүүгө болот. Бирок бул мүмкүнчүлүктү жүзөгө ашыруу үчүн журналист тарабынан да, аудитория тарабынан да жандуу аракет жасалышы керек. Башкача айтканда, эки тараптын тең активдүүлүгү жана Интернеттин жеткиликтүүлүгү талап кылынат. Интернеттеги массалык маалымат каражаттары бүтүндөй иштеп жаткан массалык маалымат каражаттарына мүнөздүү болгон баалуулуктарды жөнгө салынышын аткарууга жөндөмдүү. Бул багытта алардын оперативдүүлүгүнө жана интерактивдүүлүгүнө шартталган уникалдуу мүмкүнчүлүк берилген [3, 79-б.] Бул функцияларга кошумча Интернет желесинде ишмердигин жүргүзгөн ММКлар, ошондой эле салттык массалык маалымат каражаттары, интернет-басылмалары форумга жана социалдык жактан катышуу функцияларын аткарат. Бул жерде белгиленген форум функциясы эки тараптуу пикир алышуу шартында гана аткарылышы мүмкүн. Ошентип, маселелерди ар тараптуу талкуулоо, калк катмары менен бийлик өкүлдөрүнүн ортосунда коомдук дискурстун жаңы мүмкүнчүлүгү түзүлөт. Бирок баардык эле массалык маалымат каражаттары бул функцияны жүзөгө ашыра албайт. Себеби, журналисттин даярдыгы болбосо, ага карата окурмандарга түрткү бере албаса көп та

Интернет ошондой эле рекреативдик функцияны аткарат. Ал функцияны аткаруу үчүн алардын интерактивдүүлүгү жана гипертекстуалдуулугу тарабынан адистештирилип түзүлгөн зор мүмкүнчүлүгү бар [4, 81-б.]. Тагыраак айтканда, Интернеттеги массалык маалымат каражаттары – бул Интернетте гана ишмер-

дигин жүргүзүүчү адистештирилген массалык маалымат каражаттары. Бирок ошол эле учурда Бүткүл дүйнөлүк коммуникациялык желелерде бул функцияларды аткарган, ошондой белгилерге ээ болгон маалыматтык ресурстар көп. Баардык сайттар мезгил-мезгили менен жаңыланып турган тексттик жана аудио-видеофайлдардан турат. Аны менен катар эле ушул ресурстарды толуктап, моделдештирип турган штаттык адамдар бар. Алардын катарын авторлор, сайттын редактору, техникалык редактор жана дизайнер толуктайт. Буларды эске алганда маалыматтык ресурстар менен Интернетти кескин айырмалап турган өзгөчөлүктөрдү аныктоо оңойго турбайт. Эгерде, ресурстар массалык маалымат каражаты катары өз позициясын көрсөтүп, массалык маалымат каражаттарынын ишмердиктерин жөнгө салган атайын органдардан каттодон өткөн болсо, анда ал юридикалык жактан массалык маалымат каражаты катары аныкталып, массалык маалымат каражаттары жөнүндөгү мыйзамда каралган тартипте укук жана милдеттери бөлүнүп белгиленет.

Г. Лассуэлланын социалдык коммуникациялар модели Интернет менен интернет-ресурстардын ортосундагы айырмачылыкты кыйла ишенимдүү аныктайт. Интернетте коммуникатор редакциянын профессионалдык иерархиясындагы белгилүү кызмат ордун ээлеген адис болуп саналат. Ал редакциянын уставында жана мыйзамдарда каралган журналисттин ишмердиги жөнүндөгү нормаларга ылайык, юридикалык, профессионалдык-этикалык жоопкерчиликтерге, укук жана милдеттерге ээ болот.

Интернет журналисти, тагыраак айтканда, коммуникатор өзүнүн профессионалдык укугунун чегинде аккредитацияланган болушу мүмкүн. Ошондой эле ал интернет-ресурстун кызматкери аткара албаган ишти – бийлик органдарына сурамжылоо жөнөтүп, маалымат алуу ишин аткара алат. Интернеттин өз аудиториясына жөнөткөн маалыматы массалык мүнөздү жана коомго таандык маңызды алып жүрөт. Кандайдыр бир уюмга тиешелүү сайтка болсо, тар чөйрөнү кызыктырган контенттер жайгаштырылат. Мисалы, Эл аралык гуманитардык жактан кызматташуу фондунун сайты ар бир колдонуучу кызыга бербеген адистештирилген контентке ээ. Ал эми Интернет контентине салттык массалык маалымат каражаттары сыяктуу эле универсалдуулук, документалдуулук жана социалдык маанилүүлүк мүнөздүү. Интернеттеги булактар мезгил-мезгили менен жаңыланып турушу менен мүнөздөлөт. Интернет сайт ресурстарынан айырмаланып, белгиленбеген убакыт аралыгына, болуп өткөн окуялардын параметрлерине жараша тез-

тез жаңыланып турат. Интернет-ресурстарынын контенттерин жаңылап туруу учуру регулярдуу мүнөздү алып жүрбөйт. Интернет-ресурстун аудиториясынан Интернет чөйрөсүнүн айырмасы - аны колдонуучулардын санынын көптүгүндө, баардык социалдык катмарга, гендердик, курак-жаштык социалдык курамдарга бирдей багытталгандыгында болсо, интернет-ресурстары курак-жашты, гендердик курамды, өз аудиториясынын каржылык мүмкүнчүлүгүн так чагылдырып берет. Алардын кызыкчылыгына ылайык контенттерге бүтүндөй окурмандар тартыла бербейт. Интернет контенттеринин универсалдуулугу, документалдуулугу жана масштабдуулугу баардык колдонуучуларды өзүнө тарта алгандыгынан көрүнөт.

Интернетте жүргөн эффектерди биз жогоруда белгиледик. Бул параметрлер боюнча Интернет-ресурстарын массалык маалымат каражаттарынан бөлүп көрсөтүү мүмкүн эмес. Себеби, кандай гана Интернет-ресурсу болбосун, ал окурманга маалымат жеткирип, анын көңүлүн ачып, коомдо уюштурулган ишмердикке кызыгышына түрткү болуп, ал же бул тарабынан эффект берет. Алардагы таасир берүүчү эффектердин айырмачылыгы алардын оперативдүүлүгүндө, масштабында, коомдук маанисине карата болушу мүмкүн [5].

Интернеттин интернет-ресурстардан болгон айырмасын төмөнкүлөр көрсөтөт:

1. Расмий статусу;
2. Чыккан маалыматтары, ММКлар менен байланышы;
3. Контенттердин жана кызматкерлердин профессионалдуулугу;
4. Аудиторияны толук, ошондой эле алардын кызыкчылыктарынын камтылышы;
5. Контенттердин милдеттүү түрдө жана үзгүлтүксүз жаңыланып турушу;
6. Колдонуучулардын жана шилтемелердин пайдаланылышынын көптүгү;
7. Интернет ишмердиги үчүн юридикалык, профессионалдык-этикалык жоопкерчилик.

Маалыматтык коомдун түзүлүшүндө жана жарандык активдүүлүктүн өнүгүшүндө салттык массалык маалымат каражаттары менен Интернеттин техникалык мүмкүнчүлүгүнүн синтезинин негизиндеги Интернеттин өнүгүшү – азыркы аудиторияны маалымат менен камсыздоо процессинде алдыңкы орунга чыкты. Ошондой болсо да, Кыргызстандагы Интернеттин пайда болушу жана өнүгүшү стихиялуу мүнөздү алып жүрүп, теориялык жактан жетиштүү түшүнүккө, ошондой эле юридикалык колдоого ээ болбогондугун белгилей кетишибиз керек. Бул факторлор

Кыргызстандын саясий, укуктук, экономикалык шартындагы Интернеттин өнүгүү тенденциясын изилдөө зарылдыгына алып барат. Массалык маалымат каражаттарынын ишмердигине Интернеттин келип кириши – өзгөрүүгө алып барып, бул багытта Интернеттин техникалык мүмкүнчүлүктөрүнө чакырык таштаган түп тамырынан бери жаңы системаны түздү. Азыркы массалык маалымат каражаттарынын техникалык негизин санариптик жана компьютердик технологиялар түзгөндүгүнүн натыйжасында, алардын социалдык-саясий функционалдуулугу өзгөрүүгө дуушар болду. Себеби, алардын иши реалдуу убакыт режиминде жана “тар чөйрөдө чагылдыруу” принцибинде, тагыраак айтканда, терең адистештирилген чөйрөдө жүзөгө ашырылат. Акыркы мезгилдеги Интернеттин жалпы калк катмарына таркатылышы – бул терең интерактивдүүлүгү, ачык-айкындыгы, алкактык жана убакыттык чектин коюлбагандыгы менен мүнөздөлгөн массалык коммуникацияны жаратты.

Азыркы учурда Интернет өзүнүн социалдык ордуна ээ. Себеби, ал биринчи эле бир топ параметрлери бар “эски” аудиториядан кескин айырмаланып турат. Экинчиден, Интернетке катталган маалымат убактысына ийкемдүү мамиле жасап, өздүк материалдарды ыкчам жана ылдам жаңылап туруу артыкчылыгына ээ. Үчүнчүдөн, Интернет таркатуунун өзгөчө ареалы бар. Андагы маалыматтар жаңы маалыматтык-коммуникациялар боюнча жайылтылгандыктан, ал өз табияты боюнча глобалдуу. Тагыраак айтканда, аудиторияны камтыган кеңдиги боюнча бөтөнчөлүктү алып жүрөт. Ошондуктан, ал чакан социалдык топторго жеткирүү мүмкүнчүлүгү боюнча локалдуу болгондуктан, баардык топтордун кызыкчылыктарына жана аймактарга бөлүштүрүлгөн. Төртүнчүдөн, маалыматтык көңүл буруу чөйрөсү универсализм менен айырмалангандай эле аудиториянын белгилүү сегменттеринин кызыкчылыгына кызмат кылуу жолу адистештирилип жасалышы менен өзгөчөлөнөт. Бешинчиден, Интернеттин маалыматтык, көңүл ачуу сыяктуу функцияларды аткаруу үчүн мазмундук мүмкүнчүлүгү кеңейүүдө [6]. Салттуу массалык маалымат каражаттарынан Интернеттин кескин айырмаланган параметрлери болуп гипертекстуалдуулугу, мультимедиауулугу, интерактивдүүлүгү саналат.

Гипертекстуалдуулук – маалыматтын көлөмүн гана кеңейтпестен, анын мазмунун да бирге тереңдетет. Ал ошондой эле тексттин бир эле деңгээлде окулушуна гана шарт түзбөй, ички жана сырткы шилтемелер аркылуу аны тереңдетип кароого мүмкүнчүлүк берет. Ошону менен катар эле ал медиа-продуктыларды өндүрүүчүлөрдүн маалыматтык мүмкүнчүлүгүн да, аны пайдалануучулардын да мүмкүнчүлүгүн

күчөтөт. Гипертексттик режимде аткарууда түрдүү булактарга берилген шилтемелер маалыматтардын сапатын жогорулатуудагы баштапкы уникалдуу мүмкүнчүлүктү жаратып, анын толук ишенимдүүлүгүн күчөтөт. Экинчиден, альтернативдик булактарды пайдаланып, фактылардын интерпретацияларына катышып, өз алдынча жыйынтык чыгарууга негиз болот.

Мультимедиауулук – түрдүү форматтагы маалыматтарды чагылдыруу мүмкүнчүлүгүн түзөт. Башкача айтканда, ал ар башка белги системасында – вербалдык, графикалык, үн, сүрөт, видео жана анимациялык маалыматтарды берүү мүмкүнчүлүгүнө ээ. Албетте, бул маалымат алмашууга толук мүмкүнчүлүк берип, маалыматтык контенттин кабыл алынышын жеңилдетет. Ошондуктан, көптөгөн редакциялар аудиторияга тексттик, аудио, фото жана видео материалдарды берип, бул көрсөткүчтү өз ишмердигинде натыйжалуу пайдаланууга аракет кылышат. Аудиторияга баардык платформада кызмат көрсөткөн редакциялардын модели “конвергенттик редакция” аталышына жетишкен. Көптөгөн изилдөөчүлөр, окумуштуулар, алардын катарында журналисттердин өздөрү да аны массалык маалымат каражаттарынын салттык басылмалардын жаңы платформага өтүшү жана өнүгүүнүн кезектеги этабы катары баалашат.

Интерактивдүүлүк – пайдалануучулар менен, анын ичинде айрым жеке өкүлдөр, ошондой эле бүтүндөй аудиториянын ортосундагы маалыматтык тажрыйба алмашуу катары белгиленет. Ал баардык массалык маалымат каражаттарына мүнөздүү болгондуктан, аудитория менен кызматташуунун реалдуу көрсөткүчү болуп эсептелет. Интернеттин интерактивдүүлүгү ылдамдык тездиги жана аудиториянын активдүүлүгү аркылуу айырмаланат. Аудитория менен редакциялардын ортосундагы байланыш чаттардагы, форумдардагы жана комментарийлердеги маалыматтар аркылуу жүзөгө ашырылат [7]. Кыргызстандын Мамлекеттик байланыш агенттигинин маалыматы боюнча 2014-жылы өлкөдө 1400 ММК каттоодо турган (алардын ичинен 1200ү басылмалар, 200 электрондук ММКлар). Бул басылмалардын жарымы ай сайын чыгарылуучу же адистештирилген басылмалар, ошол эле учурда аудиториянын арасында сурооталапка ээ болбогон гезит-журналдар. Мындай басылмалар Интернетте өздөрүнүн өкүлү болушунун зарылдыгы жок экендигин билишет. Интернетте ишмердик жүргүзгөн баардык түзүлүштөрдү формасы боюнча төмөнкүдөй эки топко бөлүштүрүүгө болот: а) өз алдынча түзүлгөн Интернет; б) иштеп жаткан салттык массалык маалымат каражаттарынын Интернет түрү. Интернет жакшы жасалга менен коштолуп, үзгүлтүксүз жана өтө ыкчам жаңыланып турат. Анда,

эреже катары, толук иштелип бүткөн макала болбойт. Тагыраак айтканда, маалымат алуу мүмкүнчүлүгү чегине чыкканда гана материалдын жаңыланышы токтойт. Мындан тышкары электрондук газеталар түрдүү багыттагы материалдарды ыкчам издеп табууга негиз болгон гипертексттик форматтагы белгиде көрсөтүлөт.

Ошентип, бир канча параметрлери болгонуна карабастан, Интернет качан гана атайын адистердин талаптарына ылайык статуска ээ болуп, лицензия алып, салттык массалык маалымат каражаттарынын аналогиялык функцияларын объективдүү аткарганда гана субъективдүү массалык маалымат каражаты болуп саналат.

Адабияттар:

1. Интернет-СМИ. Теория и практика. / Под ред. Лукиной М. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 65-б.
2. Интернет-СМИ. Теория и практика. / Под ред. Лукиной М. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 71-б.
3. Интернет-СМИ. Теория и практика. /Под ред. Лукиной М. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 79-б.
4. Интернет-СМИ. Теория и практика. /Под ред. Лукиной М. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 81-б.
5. Вестник Воронежского государственного университета. / Под ред. А.А. Никитенко./ Серия «Филология. Журналистика», №1, 2009.
6. сайт Международного агентства Internet World State <http://www.internetworldstats.com/asia/kg.htm> (дата обращения 12.03.2012).
7. Ногоева Г.Д. О состоянии инфраструктуры интернета в Кыргызской Республике. / Известия ВУЗов Кыргызстана. 2015. №. 7. С. 87-90.
8. Москаленко О.А., Хаджихунов А.А. Анализ использования сети интернет и информационных технологий в Кыргызской Республике. / Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. 2019. №. 10. С. 104-108.