

Алтайский государственный университет
Лаборатория «Центр языкового менеджмента
и коммуникационного маркетинга»
Фонд «Japan Foundation»
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы
и связей с общественностью

**Алтайский Медиабарометр:
КУЛЬТУРНАЯ И ЯЗЫКОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ
ВОСТОЧНОЙ И ЦЕНТРАЛЬНОЙ
АЗИИ**

Сборник статей

по итогам Международного научного онлайн-симпозиума

16-17 декабря 2021

Барнаул, Россия



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2022

УДК 81'1 (081)

ББК 81.025.7Я 43

А 520

Главный редактор: Н.В. Халина, д-р филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, член национальной ассоциации исследователей масс-медиа, Почетный работник высшей школы РФ

Выпускающий редактор: Н.Н. Пивкина, канд. филол. наук, доцент НИУ «МЭИ»

А 520 Алтайский Медиабарометр: культурная и языковая идентичность Восточной и Центральной Азии»: сборник статей по итогам Международного научного онлайн-симпозиума «Алтайский Медиабарометр: культурная и языковая идентичность Восточной и Центральной Азии» (16-17 декабря 2021, Барнаул) / под ред. Н.В. Халиной. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2022. – 202 с.

ISBN 978-5-7904-2617-9

Редакционная коллегия:

Denis Cunningham AM FACE, Managing Director, DACE Services, Lingupax Advisory Board Member FIPLV Honorary Former President & Secretary General Fédération Internationale des Professeurs de Langues Vivantes (FIPLV) (Австралия)

Мицумори Ю., представитель Japan Foundation (Япония)

Авдеева Т.Ю., канд. филол. наук, директор ЦО Европейских и Восточных языков Elite, эксперт ЕГЭ по испанскому языку в Алтайском крае (зам. главного редактора) (Россия)

Ковалева А.В. д-р социол. наук, профессор зав. кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета (Россия)

Зикратов В.В., канд. пед. наук, доцент кафедры русского языка Самаркандского государственного университета (Узбекистан), доцент кафедры русского языка как иностранного Алтайского государственного университета (Россия)

Ли Сеонг Ван, Корейский религиозный университет (Южная Корея)

Чханг Кионгджун, Корейский религиозный университет (Южная Корея)

Пивкина Н.Н., канд. филол. наук, доцент НИУ «МЭИ» (Россия)

Валюлина Е.В., канд. филол. наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, член национальной ассоциации исследователей масс-медиа (Россия)

Жеребненко А.В., доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, член национальной ассоциации исследователей масс-медиа (Россия) (уч. секретарь симпозиума)

УДК 81'1 (081)

ББК 81.025.7Я 43

ISBN 978-5-7904-2617-9

© Оформление. Издательство Алтайского государственного университета, 2022

СОДЕРЖАНИЕ	
Предисловие	5
Приветственное слово представителя Japan Foundation Мицумори Ю	9
Приветственное слово руководителя лаборатории «Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга» Натальи Халиной	10
Раздел I. КУЛЬТУРНАЯ И ЯЗЫКОВАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИСТОРИКО–ГЕОГРАФИЧЕСКОГО КОНТИНУУМА: РЕГИОНАЛЬНАЯ ОНТОЛОГИЯ АЗИАТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	11
Avdeeva T.U. The identity of the Altai language cultures: the symbolism of the visual style	12
Халина Н.В. Азиатская феноменология: от территориальной идентичности к региональной онтологии	17
Ковалёва А.В. Тематика тюркологии в СМИ: количественные характеристики	27
Pivkina N.N. Explication of the Turkic World in German Discourse: Turkish German as a form of Preserving the Identity of Migrants	34
Рахметова А.Т., Темигазина З.К., Мажитаева Ш. Язык как фактор этнической идентичности казахстанской молодежи	38
Radzhobova Z.Ch. About some features of Internet slang	45
Чернова Т. А., Хамраева Д. А. Развитие навыков устной и письменной речи на занятиях русского языка в узбекских группах	48
Мамасолиев И. У., Рузибаев М. М. Частеречный аспект антонимии в русском и узбекском языках	53
Хаджикурбанова Г. А., Юлдашева С. Т. Сопоставление как методический прием при подаче грамматического материала	58
Раздел II. КУЛЬТУРНО–ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ: ФОРМЫ ПОСТИЖЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ И ЯЗЫКОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ	63
Манскова Е.А., Фёдорова Е.В. Формы продвижения культурно–просветительского контента в русскоязычном сегменте социальных медиа	64
Сорокина М.О., Хуан Вэнь. Стереотипные представления о России, формируемые новостными сайтами КНР	74
Шерматова С.Н., Барбашов В.П. Уникальность языковой картины мира в произведениях Ч. Айтматова перспективе ее трансляции, с помощью невербальных средств	79
Дмитриева Л.М., Ян Сиван. О происхождении топонима Сиань	83
Дмитриева Л.М., Чжао Чэньси. Развитие и изменение молочных имён в Китае	87
Раздел III. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА: МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОБУЧЕНИЮ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ В РАЗЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ СРЕДАХ	91
Злобина Ю.И., Бердыгужинова Р.Т. Использование аутентичных текстов песен в целях мотивации к изучению русского языка как иностранного (на примере учащихся Усть–Каменогорска)	92
Котова Д.С. Особенности преподавания РКИ на начальном этапе обучения (на примере УМК «Привет, Россия!»)	98
Дмитриева Л.М., Ксембаева А.Ж. Использование цифровых образовательных ресурсов на уроках РКИ	102

Котова Д.С., Жондыбаева М. С. Методы и способы контроля знаний на уроках РКИ как средство развития всех видов речевой деятельности при дистанционном обучении	107
Жайлаубаева Г.К., Халина Н.В. Проблемы языков в регионах Восточной И Центральной Азии	111
Раздел IV. РЕГИОНАЛЬНАЯ ОНТОЛОГИЯ: ИЗМЕРЕНИЯ ФИЛОСОФИИ ЯЗЫКА В ДИАХРОННОМ И СИНХРОННОМ ДИСКУРСЕ КОММУНИКАЦИЙ	117
Пан Иншань. Актуальные нарративы в локальных китайских медиа (на материале новостных статей, награждённых 31-ой китайской премией в области журналистики)	118
Ван Мань. Типичные столетние топонимы Урумчи	124
Хуэй Хуэй, Халина Н.В. Презентация знаньевого дискурса Эр'я в общественном дискурсе современного Китая	127
Ван Ифань. Исследование творчества Ф. М. Достоевского в работах лингвистов Восточной Азии	133
Ли Тин. Система восточноазиатских медийных коннекторов	140
Ли Чжэн. Языковая презентация в китайских медиа темы вакцинации от COVID-19	147
Жеребненко А.В. Локальная медиалингвистка: актуальные темы, ансамбли значений	151
Раздел V. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ИДЕНТИФИКАЦИИ: KNOWLEDGE-CREATING PLACE	157
Халина Н.В., Васильева И.А. Японский тренд: аниме как инструмент маркетинговых стратегий и практик Японии	158
Козаренко А.В., Халина Н.В. Взаимопроникновение культурных традиций в современном дискурсе коммуникаций: корейская волна в Казахстане	163
Каширских А.А., Ван Цююй. Значение традиционной культуры в рекламе Китая	171
Крохина А.В. Роль smart-технологий в кросс-культурном маркетинге территорий Центральной Азии и Алтайского края	175
Каргополова Ю. А. «Алтайские компании на восточноазиатском рынке: взгляд с позиций кросс-культурных коммуникаций (на примере компании "Пионер")»	181
Васильева И.А. Суши: национальный бренд Японии как форма диалоговой коммуникации между Западом и Востоком	185
Раздел VI. АКТУАЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	
Khalina N. Russian Literary Language Subsystems Ensuring the Integrity of the Symbolic System "Russian People"	191



Алла Владимировна Ковалёва
Алтайский государственный университет
Россия, Барнаул
alla_k65@mail.ru

ТЕМАТИКА ТЮРКОЛОГИИ В СМИ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ¹

Аннотация: определена актуальность исследования проблематики алтаистики и тюркологии в медиапространстве Большого Алтая, дана количественная оценка основных параметров медиапространства Большого Алтая, составлен рейтинг инфоповодов, характеризующих ключевые проблемы исследуемой проблематики.

Ключевые слова: медиапространство, алтаистика, тюркология, массовые коммуникации, средства массовой информации.

Alla Kovaleva
Altai State University
Russia, Barnaul
alla_k65@mail.ru

TOPICS OF TURKOLOGY IN THE MEDIA: QUANTITATIVE CHARACTERISTICS

Abstract: the relevance of the study of the problems of Altaistics and Turkology in the media space of the Greater Altai is determined, a quantitative assessment of the main parameters of the media space of the Greater Altai is given, a rating of information guides describing the key problems of the studied problems is compiled.

Keywords: media space, Altaistics, Turkology, mass communications, mass media.

Алтайский государственный университет продолжает реализацию исследовательского проекта «Тюрко–монгольский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности», в рамках которого в исторической

¹ Исследование реализовано в рамках проекта «Тюрко–монгольский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» по государственному заданию Министерства науки и высшего образования РФ (реестровый номер – 748715Ф.99.1.Б597АА00002).

ретроспективе анализируется как богатейшее историко-культурное наследие тюркских народов, так и современное состояние этносов и социумов. Методологические аспекты исследования медиапространства стран Центральной Азии и Большого Алтая охарактеризованы нами ранее². Программа эмпирического исследования включает постановку таких основных задач, как:

- Определение количества сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» в медиапространстве Большого Алтая.
- Выявление количества инфоповодов по тематике тюркологии и тюркского мира.
- Составление рейтинга инфоповодов по тематике тюркологии и тюркского мира по количеству сообщений, заметности, охвату аудитории, включенности аудитории в обсуждение публикации.
- Выявление объектов, определяющих количество и характер присутствия тематики тюркологии в медиаполе.
- Определение рейтинга объектов по количеству сообщений, присутствию в главной роли, медиаиндексу, характеру упоминаний (позитив/негатив).
- Оценка охвата аудитории;
- Оценка статуса, категории, влиятельности источника публикации.
- Оценка активности авторов публикаций.

Аналитические материалы, характеризующие структуру и основные характеристики медиапространства Большого Алтая в контексте проблематики алтаистики и тюркологии, получены при помощи сервиса «Медialogия» (автоматической системы мониторинга и анализа СМИ). Обработано более 500 тыс. сообщений СМИ по ключевым запросам: «тюркология», «тюркский мир» за период: 01.01.2021 – 30.11.2021.

В соответствии с поставленными в программе исследования задачами, получены следующие результаты, характеризующие медиапространство Большого Алтая:

1. *Общее количество публикаций.* В период с 01.01.2021 по 30.11.2021 по тематике «тюркология или тюркский мир» общее количество сообщений составило 13457, из них:

- оригинальных сообщений – 5883 (43.7%);
- перепечаток (перепечатки – похожие сообщения, совпадающие с оригинальной статьёй на 75% и более, свидетельствуют об интересе других СМИ к теме) – 7574 (56.3%).

Динамика выхода сообщений носит «рваный» характер и обусловлена значимостью информационных поводов.

2. *Информационные поводы.*

Самыми *заметными* инфоповодами медиапространства в контексте «тюркология», «тюркский мир» за отчетный период стали события, отраженные в публикациях:

² Алла Ковалева, Гульмира Джунушалиева Отражение проблематики алтаистики и тюркологии в медиапространстве Большого Алтая // Terra scimus : сборник статей по итогам Транснациональной аналитической сессии «Алтай Медиа Форум: Алтайский медиабарометр» (7-8 апреля 2021, Барнаул) в рамках продолжения проведения «Перекрёстных годов России и Киргизии» (7-8 апреля 2021, Барнаул) / под ред. Н.В. Халиной. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2021. – С.52-55.

Таблица 1. Рейтинг заметности событий

Событие	Заметность события	Количество сообщений	Охват (из открытых источников)
Анкара готовит "ядерную опцию" для войны в непризнанных республиках	83,69	416	86,5 млн
Эрдоган заигрался в карты. Турция претендует на Кубань и Якутию?	73,76	351	80,0 млн
В МИД подвели итоги неформального саммита ССТГ	58,63	278	17,3 млн
Тюркский совет переименовали в Организацию тюркских государств	49,93	479	26,0 млн
Президент принял участие в саммите Организации экономического сотрудничества: 04 марта 2021, 20:24 – новости на Tengrinews.kz	19,62	39	3,1 млн
Нурлан Нигматулин обозначил приоритеты взаимодействия парламентариев ТюркПА	18,7	64	2,1 млн
Опасные мифы "Турана"	16,88	119	5,9 млн
ТУРКИ СМОТРЯТ НА СЕВЕР	16,31	107	45,6 млн
В последние годы тюркские государства преодолевают новые рубежи – Шахрат Нурышев	15,75	26	2,0 млн
НАГОРНЫЙ КАРАБАХ: ГОД БЕЗ ВОЙНЫ	14,14	45	15,9 млн
Город Шуша предложили объявить культурной столицей тюркского мира	13,42	79	56,4 млн
Казахстан и Венгрия намерены переориентировать рынки сбыта	12,16	31	2,3 млн
Возрождение Туркестана: Нурсултан Назарбаев предрек городу быстрый рост населения	11,31	32	1,8 млн
Назарбаев об Азербайджане: Очень дорожим дружбой 29 сентября 2021, 16:57	10,75	47	3,0 млн
Неофициальный саммит тюркоязычных стран пройдет 31 марта в Казахстане	10,34	60	10,8 млн
Президент Токаев принял главу Великого национального собрания Турции 27 сентября	10,03	42	10,8 млн

2021, 14:44			
Месси определился со своим новым клубом	9,66	35	4,6 млн
Нурбол Турашбеков назначен акимом Туркестана: 10 июня 2021, 17:33 – новости на Tengrinews.kz	9,63	28	5,4 млн
Ничего личного: что Турция намерена сделать с Россией	9,2	60	11,1 млн
Почему предложение Эрдогана "помирить Украину с Россией" будет отвергнуто	8,98	29	6,9 млн

Таким образом, информационная повестка медиапространства по проблематике тюркологии определяется различными аспектами взаимодействия стран тюркского мира.

3. Объекты, их параметры.

Ключевыми объектами медиапространства по исследуемой тематике за период с 1 января 2021 по 30 ноября 2021 года являются: Турция, Азербайджан, Российская Федерация, Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан.

- Объект «Турция» упоминается в 8088 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 4563 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 39230,9 пунктов, охват аудитории – 366,9 млн.чел. Негативный характер по данному объекту носят 987 сообщений, позитивный – 1310.
- Объект «Азербайджан» упоминается в 6519 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 2553 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 20068 пунктов, охват аудитории – 278 млн.чел. Негативный характер по данному объекту носят 1135 сообщений, позитивный – 789.
- Объект «Российская Федерация» упоминается в 6155 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 2337 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 34855 пунктов, охват аудитории – 336,2 млн.чел. Негативный характер по данному объекту носят 757 сообщений, позитивный – 355.
- Объект «Казахстан» упоминается в 6044 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 2172 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 48838,8, охват аудитории – 293,6 млн.чел. Негативный характер по данному объекту носят 146 сообщений, позитивный – 620.
- Объект «Кыргызстан» упоминается в 4169 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 1041 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 16163,2 пунктов, охват аудитории – 216,5. Негативный характер по данному объекту носят 102 сообщений, позитивный – 238.
- Объект «Узбекистан» упоминается в 4161 сообщениях из 13457, из них присутствует в главной роли в 831 сообщениях. Суммарный медиаиндекс сообщений составляет 18357,9 пунктов, охват аудитории – 238 млн.чел. Негативный характер по данному объекту носят 62 сообщений, позитивный – 312.

Таким образом, по количеству упоминаний в сообщениях объект «Турция» является безусловным лидером, далее следуют объекты «Азербайджан» и «Российская Федерация». Однако, объект «Казахстан» среди других объектов имеет наиболее высокий медиаиндекс и более ярко и позитивно представлен в СМИ.

4. Наиболее активные СМИ по количеству сообщений. Наиболее активными СМИ по количеству сообщений являются:

- Seldon.News (news.myseldon.com, Интернет-агентство федерального уровня, г. Москва) – 279 сообщений;
- ИА Kazinform (inform.kz, Информагентство зарубежного уровня, г. Нур-Султан) – 276 сообщений;
- News-Life (news-life.pro, Интернет-агентство федерального уровня, г. Москва) – 295 сообщений;
- Haberler (ru.haberler.com Интернет-агентство зарубежного уровня, г. Стамбул) – 128 сообщений;
- Алтайский государственный университет (asu.ru, интернет-сайт регионального уровня, г. Барнаул) – 104 сообщения.

5. Наиболее влиятельные СМИ по МедиаИндексу. Наиболее влиятельными СМИ по МедиаИндексу за отчетный период стал:

- ресурс ИА Kazinform (inform.kz, Информагентство зарубежного уровня, г. Нур-Султан) – 390,2 пункта;
- ресурс Tengrinews.kz (Информагентство зарубежного уровня, г. Алматы) – 69,9 пункта.

6. СМИ по уровням, по категориям, отраслям, рубрикам, жанрам.

СМИ по уровням: наибольшее количество сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» размещают СМИ зарубежного уровня (7269 сообщений), затем – федерального (3948 сообщений) и регионального (2213 сообщений).

СМИ по категориям: наибольшее количество сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» размещают такие категории СМИ, как: Интернет-СМИ (11398 сообщений), затем информагентства (1594 сообщения) и газеты (408 сообщений).

Отрасль СМИ: наибольшее количество сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» размещают СМИ отрасли «Бизнес и общество» (7288 сообщений), затем «Новостные агрегаторы» (2814), «Другое» (1262) и «Власть» (368).

СМИ по жанрам: наибольшее количество сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» представлено в жанре «Новости» (7794), затем – «Аналитика» (4146) и «Прочее» (1252).

СМИ по рубрикам: наибольшее количество сообщений по тематике «тюркология», «тюркский мир» размещаются в рубриках «Власть» (8069), «Международные отношения» (4915), «За рубежом» (2334), «Прочее» (2228), «Наука и образование» (1765).

7. СМИ по регионам, странам.

Наибольшее количество сообщений по тематике тюркологии публикуются в таких регионах России, как (в порядке убывания) Москва (4110 сообщений), Республика Татарстан (329), Алтайский край (274), Республика Алтай (186), Республика Хакасия (109).

Из стран СНГ наибольшее количество статей публикуют (в порядке убывания): Россия (6161), Казахстан (2614), Азербайджан (2200), Кыргызстан (678), Украина (474), Армения (417), Узбекистан (280).

Наибольшее количество сообщений по тематике тюркологии публикуются в таких странах мира, как Турция (293), Грузия (32) и США (23).

8. СМИ по авторам. Наиболее активные авторы, пишущие по тематике: Красная Иа (ИА Красная весна (rossaprimavera.ru) –71 сообщение; Admin Новости регионов России (newsregions.ru) – 68 сообщений; Гасымов Рустам Новая эпоха (yenicag.ru) 60 сообщений.

Выводы:

1. Объекты. Ключевыми объектами в публикациях различных СМИ контекста «тюркология», «тюркский мир» за исследуемый период являются: Турция, Азербайджан, Российская Федерация, Казахстан. Именно эти страны находятся в фокусе внимания публикаций СМИ, в большей части публикаций им отводится главная роль.

2. События, составляющие информационную повестку медиапространства контекста «тюркология», «тюркский мир». В целом, аналитические и информационные сообщения, связанные с освещением политических и экономических аспектов взаимодействия государств тюркского мира достаточно широко представлены, имеют большой охват аудитории.

- Самым заметным и обсуждаемым инфоповодом стала публикация Life.ru, Москва, 22 ноября 2021: «Анкара готовит "ядерную опцию" для войны в непризнанных республиках, в которой политолог Дмитрий Родионов рассуждает о том, что «Турция не просто накачивает Украину оружием, но и готовит запасной план участия в конфликте в Донбассе, если ей не удастся выдвинуть Россию из Ливии и Сирии». Он отмечает, что «Москва является главным конкурентом Анкары в борьбе за влияние в Центральной Азии, всеми силами не пуская её в этот регион» и «Тут невольно вспоминается ставшая знаменитой карта тюркского мира, подаренная недавно Эрдогану его идеологическим соратником – пантюркистом Девлетом Бахчели».
- Наиболее заметными событиями–инфоповодами стали мероприятия, связанные с проведением в марте 2021 года неформального саммита стран содружества тюркских государств; переименованием Тюркского совета в Организацию тюркских государств.
- Публикации, связанные с научными исследованиями и международным сотрудничеством в сфере науки и образования, имеют более низкий уровень заметности. Вместе с тем, отметим информационную активность Алтайского государственного университета, публикации которого приобретают нарастающее количество, заметность и охват аудитории.

3. Активность СМИ. Наиболее активными СМИ по количеству сообщений являются: Seldon.News (news.myseldon.com, Интернет–агентство федерального уровня, г. Москва); ИА Kazinform (inform.kz, Информагентство зарубежного уровня, г. Нур–Султан); News–Life (news–life.pro, Интернет–агентство федерального уровня, г. Москва); Haberler (ru.haberler.com Интернет–агентство зарубежного уровня, г. Стамбул); Алтайский государственный университет (asu.ru, интернет–сайт регионального уровня, г. Барнаул).

4. Влиятельность СМИ. Стабильно высокое значение медиаиндекса на протяжении исследуемого периода демонстрируют информагентства зарубежного уровня ИА Kazinform Tengrinews.kz (Казахстан). Влиятельность других СМИ не имеет

стабильно выраженного характера и определяется медиандексом конкретной публикации.

5. Характеристика СМИ по уровням, по категориям, отраслям, рубрикам, жанрам: наибольшее количество публикаций осуществляют зарубежные интернет-издания, размещаются в рубрике «Власть», в жанре «Новости» отрасли СМИ «Бизнес и общество».

6. География выхода публикаций по тематике тюркологии и тюркского мира представлена следующим образом:

- в регионах России наибольшее количество выходит в таких регионах, как (в порядке убывания): Москва, Республика Татарстан, Алтайский край, Республика Алтай, Республика Хакасия;
- в странах СНГ наибольшее количество публикаций имеют Россия, Казахстан, Азербайджан;
- в странах мира, публикующих абсолютным лидером по количеству публикаций является Турция.

7. Активность авторов: к числу авторов, пишущих наибольшее количество публикаций по тематике тюркологии и тюркского мира и оказывающих наибольшее влияние на аудиторию относятся представители ИА Красная весна (автор – Красная Иа), информагентства «Новости регионов России» (автор – Admin) и информагентства «Новая Эпоха» (автор – Гасымов Рустам).

Таким образом, полученные аналитические данные характеризуют основные медиатренды освещения проблематики тюркологии и тюркского мира в СМИ стран Центральной Азии и Большого Алтая.