

© 2021

Фридрих Эберт атындағы
Қордың Қазақстандағы өкілдігі

Қазақстан Республикасы, 050010 Алматы,
Достық даңғылы 43, 405 кеңсе

**Фридрих Эберт атындағы Қордың Қазақстандағы
өкілдігіндегі жоба жетекшілері:**

Кристоф П. Мор, Мерейлім Қален, Медет Сулеймен

Ғылыми редакторы және жоба координаторы:

Молдияр Ергебеков және Жанар Темірбекова

Мақала авторлары: Аида Даржанова, Айдана Тлеулесова,
Айман Жаңабекова, Айнұр Сләмғажы, Айнұр Төлеу,
Алла Кислова, Амина Үрпекова, Анна Климченко,
Ғалым Жүсіпбек, Дана Уразова, Диана Алпысбаева,
Дина Джужбаева, Динара Абилденова, Ділдар Сердалы,
Есенгүл Кәпқызы, Ильдар Даминов, Майра Жолшаева,
Маргарита Бочарова, Молдияр Ергебеков, Наталья Ворошилова,
Оразай Қыдырбаев, Раушан Дуламбаева,
Таисия Мармонтова, Ясемин Озер

Байланыс: Мерейлім Қален, Mereilim.Kalen@fes.kz

**Авторлардың көзқарасы Қазақстандағы Фридрих Эберт
атындағы Қордың көзқарасымен сай келмеуі мүмкін.**

**FES-тің жазбаша келісімінсіз Қор тарапынан жарияланған кез
келген материалды коммерциялық мақсатта пайдалануға
болмайды.**

ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ COVID-19: МЕДИА, МӘДЕНИЕТ, САЯСАТ

ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ COVID-19: МЕДИА, МӘДЕНИЕТ, САЯСАТ



ФРИДРИХ ЭБЕРТ АТЫНДАҒЫ ҚОРДЫҢ
ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӨКІЛДІГІ

**Қазақстан және COVID-19:
медиа, мәдениет, саясат**

Алматы 2021

ӘОЖ 61.6
КБЖ 51.2
Қ 18

Ғылыми редакторы және жоба координаторы:

Молдияр Ергебеков

Жанар Темірбекова

Мақала авторлары:

Аида Даржанова, Айдана Тлеулесова, Айман Жаңабекова, Айнұр Сләмғажы, Айнұр Төлеу, Алла Кислова, Амина Үрпекова, Анна Климченко, Ғалым Жүсіпбек, Дана Уразова, Диана Алпысбаева, Дина Джужбаева, Динара Абилденова, Ділдар Сердалы, Есенгүл Кәпқызы, Ильдар Даминов, Майра Жолшаева, Маргарита Бочарова, Молдияр Ергебеков, Наталья Ворошилова, Оразай Қыдырбаев, Раушан Дуламбаева, Таисия Мармонтова, Ясемин Озер

Фридрих Эберт атындағы Қордың Қазақстандағы өкілдігіндегі жоба жетекшілері – Кристоф П. Мор, Мерейлім Қален, Медет Сулеймен

Редактор мен корректор – Steppe & WORLD Publishing

Инфографика – Red Panda PRO

Беттеу – Жар Зардыхан

Қ 18 Қазақстан және Covid-19: Медиа, мәдениет, саясат.
Алматы: «DELUXE Printery» баспасы, 2021 - 365 бет.

ISBN 978-601-06-7443-1

Бұл зерттеуде COVID-19 пандемиясы кезіндегі Қазақстан медиасының мазмұны, дискурсы мен риторикасы талданып, Қазақстандағы медиа мәдениет және саясат призмасы тұрғысынан қарастырылады. Зерттеушілер медиа тілі мен контентін зерделеп, үкімет саясатының медиа арқылы қалай рецепцияланғанын, күнделікті өмір өзгерісін, тұрмыстағы зорлық-зомбылық артқан, жалған ақпарат пен қастандық теориясы белең алған пандемия кезіндегі медианың рөлін, мәдениет пен өнердің сипатын ашып көрсетеді.

ӘОЖ 61.6
КБЖ 51.2

ISBN 978-601-06-7443-1 © Фридрих Эберт атындағы Қордың
Қазақстандағы өкілдігі

Авторлардың көзқарасы Қазақстандағы Фридрих Эберт атындағы
Қордың көзқарасымен сай келмеуі мүмкін

МАЗМҰНЫ

АЛҒЫ СӨЗ

Кристоф П. Мор	6
-----------------------	---

КІРІСПЕ

Молдияр Ергебеков & Жанар Темірбекова	10
--	----

САЯСАТ ЖӘНЕ КҮНДЕЛІКТІ ӨМІР

Билік пен қоғам арасындағы коммуникацияны қалай реттеуге болады: COVID-19-дың мемлекеттік басқару саласына төндірген қатері

Раушан Дуламбаева & Таисия Мармонтова	14
--	----

Медиадағы қуатты әлеуметтік мемлекет бейнесі

Оразай Қыдырбаев	30
-------------------------	----

Қазақстан Республикасы денсаулық сақтау министрлігінің COVID-19 пандемиясы кезіндегі ақпараттық саясатының Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына әсері

Наталья Ворошилова	45
---------------------------	----

COVID-19 пандемиясы кезінде аймақтық медиадағы ковидке қарсы шаралар туралы фреймдер (Атырау және Павлодар облыстарындағы медиаресурстар мысалымен)

Амина Үрпекова	66
-----------------------	----

COVID-19 кезеңіндегі қазақтың үйлену тойы мен оның қазақстандық БАҚ-тағы репрезентациясы

Динара Абилденова	80
--------------------------	----

ТІЛ, КОНТЕНТ ЖӘНЕ ДИСКУРС

COVID-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісінің лингвопрагматикасы

Майра Жолшаева & Айман Жаңабекова	89
--	----

COVID-19 пандемиясы медицина мен сананың коммерциялануының қарғысы іспетті: қазақстандық БАҚ-та сананың коммерциялануы мен мемлекеттің «коммерциялануын» сынайтын көрнекі дискурс бар ма?	
Ғалым Жүсіпбек	110
Қазақстандағы ағылшын тілді БАҚ-тағы COVID-19 падемиясы туралы материалдар: Мінсіз фасад құру ма, әлде фактіге сүйену ме?	
Ильдар Даминов	136
COVID-19 пандемиясы кезінде үкімет өткізген брифингтер контексіндегі 42 500 теңге дискурсындағы сөйлеу әсерінің прагматикалық ерекшелігі мен жетістігі	
Анна Климченко	156
Қазақстан жаңалықтарындағы COVID-19 бейнесі: Tengrinews және Holanews мысалында	
Ясемин Озер	173
ЖАЛҒАН АҚПАРАТ ЖӘНЕ ҚАСТАНДЫҚ ТЕОРИЯСЫ	
Қазақ тілді медиадағы конспирология теориясы және жалған ақпарат	
Есенгүл Кәпқызы	189
Қазақстан телевизиясындағы тәуелсіз сараптама: COVID-19 пандемиясы кезінде дезинформацияның таралуына қарсы тұру факторы	
Маргарита Бочарова	200
Қазақстанның интернет порталдарындағы COVID-19 дискурсы: Дезинформация мен мисинформация	
Айдана Тлеулесова	213
COVID-19 кезеңінде Қазақстандағы әлеуметтік медианың қолданысына шолу	
Айнұр Сләмғажы	231
COVID-19 пандемиясы кезінде қазақстандық Telegram арналарда жарияланған астыртын әрекет теориялары мен жалған ақпараттар	
Алла Кислова	244

ТҰРМЫСТЫҚ ЗОРЛЫҚ-ЗОМБЫЛЫҚ

COVID-19 кезінде Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылық оқиғаларының көбеюі және ол туралы хабар таратудағы әлеуметтік медианың рөлі

Аида Даржанова 255

Пандемия кезінде Қазақстандағы гендерлік тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы мәлімет таратудағы жаңалық порталдарының рөлі:

Германия мен Румынияның тәжірибесімен салыстырып талдау
Диана Алпысбаева & Дина Джузбаева 275

ӨНЕР ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТ

Қазақстандағы COVID-19 прозасы мен поэзиясы
(Корона күндерінің әдебиеті)

Айнұр Төлеу 299

Коронавирус... Кет! Кет! Кет!

Молдияр Ергебеков 312

Пандемия (COVID-19) кезіндегі қазақ әзілі: Қазақстандағы интернет пайдаланушылардың мемдері

Дана Уразова & Ділдар Сердалы 336

АВТОРЛАР ЖАЙЫНДА 258

АЛҒЫ СӨЗ

Кристоф П. Мор

**Қазақстан мен Өзбекстандағы Фридрих Эберт
қорының аймақтағы директоры**

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫНА АРНАЛҒАН КІТАПТЫҢ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАДИСКУРСЫ ҚАМТУ СЕБЕБІ

Қысқа қайырып айтсақ, бүкіл әлемдегі әлеуметтік медианың COVID-19 инфодемиясына (ақпараттың тым көп болуы) қосқан айтарлықтай үлесінен Қазақстан Республикасы да тыс қалмады.

Толық жауап беруге тырыссақ, бірқатар күрделі мәселені қозғаймыз. Жаһандық экономикалық жүйе мен жаһандану интеграция мен ғаламдық бәсекені күшейте бермек, сондықтан кейбір қоғам өкілдері технологиялық трансформациядан пайда көрсе, енді бірі көшке ілесе алмайды. Шын мәнінде, жаһандық деңгейде ақпарат алып, пікір алмасу мүмкіндігі туды, одан ұтатындар да, ұтылатындар да болады. Пандемия кезінде оны өмірдің барлық саласынан байқадық, дегенмен әлеуметтік медиадан айрықша байқалды.

Бірнеше ай бойы COVID-19 дерті туралы түрлі қауесет мың құбылып, қоғамдық дискурстың басты тақырыбына айналды; соның салдарынан адамдар арасында үрей, күмән және мемлекеттік мекемелерге деген сенімнің жоғалуы белең алды. Пандемия адамдардың өмір салтын түбегейлі өзгертті. Әлемнің барлық аумағындағы қауымның тұрмысы жаңа арнаға бұрылды: оқушылардың білім алуы, қоғамдық кездесулер, жұмыс, демалыс, тіпті саяхаттау талабы қайта қаралды.

Жер шарының әр тұрғыны түрлі шектеуге тап болды, соның бәрі қоғамның іс-әрекетін тежеп тастады. Оқушылардың көбі сабағын онлайн оқуға мәжбүр, сондықтан үлкен топқа мүше екенін ұмыта бастады. Жеке немесе іскерлік мақсатта адамдармен кездесу де онлайн форматқа ауысты. Егде жастағы адамдар оқшауланып, отбасымен қарым-қатынасын үзіп алды. Компаниялар, отбасылық кәсіпорындар, жас кәсіпкерлер немесе көшедегі саудагерлердің жұмысы тоқтап, табыс көзінен айырылды. Әлемнің бар елінде мамандар жұмыс ауыстырды немесе бұрынғы жұмыс орнында жалақысы азайды, тіпті жұмыстан шығып қалды. Әлі күнге дейін пандемия тұтынушылар, бизнес иелері мен түрлі қауымдастық өкілдеріне экономикалық залал келтіріп, қатты алаңдатып отыр.

Көп адам індет құрбаны болды.

Азаматтардың түсінігінде үкіметтің жұмысы көбіне күнделікті ауру жұқтырғандар санын тіркеу, атқарылған шараларды түсіндіру мен насихаттау және вакциналау науқанын бастау, оны жүргізу сынды

шаралардан көрінеді; мұның бәрі әлеуметтік желілерде жан-жақты талқыланды. Нәтиженің легитимдігіне қатты мән беру елдің бәрі еркін қолданатын әлеуметтік желіде сөз болды, оның өзі тиімді басқарудың қоғамдық пікірге тікелей қатысты екенін байқатады.

Сол себепті COVID-19 (осындай платформаларда шектен тыс әсірелеуге ұшыраған) демократиялық шешімге қатер төндірді, төндіріп те келеді; қоғам болып вирусқа қарсы күресуге де кесірін тигізеді, себебі әлеуметтік медиадағы жалған ақпарат, фейк жаңалық пен астыртын келісім теориялары індетті ауыздықтау шарасына кедергі болады. Танзания мен Бразилия сынды мемлекеттерде саяси көшбасшылар жалған ақпарат пен фейк жаңалықтарды қолдан жасап, үкіметтің сәтсіз жұмысына пандемия себеп болды деп сылтауратуға тырысты.

Сөйте тұра, әлеуметтік медиа әлем халқының індетке қарсы күш біріктіріп, ұжымдасуына да ықпал етті. Шекаралар мен тіл кедергісін елең қылмаған қоғамдық рух цифрлық ортада қатты сезілді. Бір сәт жаһанданған әлем микроскоппен көруге болатын дұшпанға бір кісідей жұмылды. Алайда мұндай шынайы жаһандық оқиға көзді ашып-жұмғанша өте шықты, себебі саяси шешімнің бәрі ұлттық мемлекет деңгейінде қабылданды. Вакциналау науқаны дүниежүзілік ынтымақтастық пен жаһандық мәселені жан-жақты шешуде шектеу бар екенін көрсетті.

Facebook, Twitter, TikTok, Telegram мен Instagram сияқты желілер ғылыми зерттеулер мен тұжырымдарды терістеп, балама фактілер ұсынушылардың «жаңғырық-камерасына» айналды. Әлеуметтік желідегі дискурс көбіне «біз оларға қарсымыз» дегенді қайталап, қоғамды жеке топтарға бөліп жіберді.

Сіз қарайтын әлеуметтік желіде кейбір посттар былай жазылады:

...«COVID-19 деп аталған пандемия – елді дүрліктіріп, қоғамды бақылауда ұстап, сайлауда дауыс ұрлауды көздейтін ойдан шығарылған хикая»...

«Шын мәнінде, COVID-19 тұмаудан қауіпті емес. Өтірік жаңалықпен күн көретін медианың індет қарқын алып барады деген дақпыртына сенудің керегі жоқ».

Әлбетте, мұндай сөйлем жазатындарды түсіну қиын. Бірақ дәл осындай баяндама мен пікірлерді таратушылар көп. Шындық, бұлтартпас дәлел мен ғылыми зерттеу бұдан былай маңызды емес сияқты. YouTube желісінен бірнеше видео көріп, блогерлерді оқу «ақпарат алу» болып саналатын әлемде әр адам сарапшыға айналып кеткендей. Платформалар әркімнің өз шындығын біреуге тықпалауына мүмкіндік береді. Біреу оны Twitter-ге 280 қаріп жазып білдіреді, енді бірі видеоблог түсіреді, сурет салады, әңгіме жариялайды немесе сайт жасайды. Оны жеке тұлғалар, топтар немесе тіпті мемлекеттік құрылымдар жасауы мүмкін; оларды ешкім тексермейді немесе үстірт тексерген болады.

Әу баста әлеуметтік медиа платформасын жасау туралы идея демократиялық тұрғыда ойластырылған және нарыққа бейімделген қисынға сүйенген еді: кез келген адамның пікірі пікірталас ортасында лайк пен ретуитке таласады. Қазір де оның мәні бар, бірақ, түптеп келгенде, бәсекенің құрбаны болып кетеді. Әлеуметтік медиа платформасы «пікірдің онлайн агорасы болады» деген идеалистік сенімнен біртіндеп

алшақтап, жеккөрініш, бұрмаланған дерек пен өз пікірін тықпалау ортасына айналды.

Бүкіл әлемдегі реттеуші мекемелер ақпарат арқылы алдап-арбау, сайлаушыларға ықпал ету сияқты түнек экономиканың «қара жүрегіне» үңілуді енді бастаған еді, пандемия кезінде оның бәрі ушығып кетті. Боттар армиясы, ұтымды стратегиялар мен қаржыландырылған контент, жалған дерек (жаңылдыру мақсатында әдейі тарататын ақпарат) желдей гулеп, тарап жатыр.

Қолданушылар жайлы ауқымды мәлімет жинауға мүмкіндік беретін технологиялар жарнама берушілердің қажет нысанды дәл табуына көмектеседі, сөйтіп, оларға рас-өтірігі аралас ақпарат таратады. Адамдардың, жалпы қоғамның мінез-құлқын анықтай алу қабілеті АҚШ-та 2016 жылғы президент сайлауы кезінде қатты көрінді; отандық және шетелдік насихатшылар әлеуметтік медианы жалған дерек қолдануға пайдаланып, өзіне өзін қарсы қойды.

Қазіргі пандемия кезінде жалған ақпарат, фейк жаңалықтар мен астыртын теориялар өмірдің барлық аспектісіне елеулі ықпал етеді, әсіресе психикалық тұрғыда зор ықпал етіп жығыатыр. Бұл жағынан алғанда ұзақ мерзімді салдары қандай болары әлі белгісіз.

COVID-19 пандемиясы кезіндегі жалған дерекке «Қытай вирусы» туралы хикая мен сырқатты «емдеу» үшін ағартқыш құралдар қолдану сияқты оқиғаларды жатқызуға болады. Жалған хикаяның бәрі ойдан шығарылған, оны таратушылар сапасына да, ойлап тапқан адамның жеке басына да мән бермейді. Негізгі пікірталасқа жалған ақпарат элементтері жиі араласып кетеді, сондықтан дискурсқа бөліну күшейе түседі.

SARS-CoV-19 барлық аспектісі қате немесе жалған ақпаратқа толы: өлген адамдар саны, вирустың таралуы, инфекцияның алдын алу немесе оны емдеу жолы мен шығу тегі т.б. Кейде мұндай жалған ақпарат адамдардың мінез-құлқын, көзқарасы мен қарым-қатынасын өзгертеді, түбінде оның салдары ауыр болмақ. Жалған ақпараттың «мәңгілік қозғалысы» мен пандемияның өршуі көп адамға зиян келтіреді, жаһандық денсаулық сақтау жүйесінің тұрақтылығы мен ауқымына қатер төндіреді.

Бұл пандемия эпидемиологиялық тұрғыда ғана емес, жалған ақпарат ауқымы мен оның саясаткерлерге, үкіметтер мен адамдарға әсері жағынан да бірегей жағдай болды. Сондықтан бұрынғыдан бетер жік-жікке бөлінген әлемде барлық (әлеуметтік) медиа құралдары COVID-19 пандемиясына қатысты деректі таратуда фактіге сүйенетін, адамдардың мүддесіне бағытталған, қоғамдық жауапкершілігі бар дерекке жүгінуі қажетін баса айту керек.

Бұл мәселе Қазақстан Республикасына да қатысты.

Мекемелерге сенім азайған елде COVID-19 туралы қауесеттер еркін тарайды. Қазақстандағы Фридрих Эберт қоры (Friedrich-Ebert-Foundation Kazakhstan) (*Youth Study 2021*) жақында жүргізген зерттеуі бойынша, жастардың 13,8%-ы ғана саяси көшбасшыларға толық сенеді екен, ал басым көбі – 56,1% оларға мүлдем сенбейді. Сондықтан пандемия мен үкіметтің оны тежеуге бағытталған іс-шарасы жайлы түрлі қауесет, жалған ақпарат пен өтірік Қазақстандағы әлеуметтік желіде көрініс бергеніне таңданудың керекі жоқ.

Ондай дақпыртқа «АҚШ үкіметі азаматтардың біразын өлтіру үшін

ковидті әдейі ойлап тапты, енді үкімет билікті Билл Гейтс пен АҚШ-қа беру үшін астыртын келісім жасасқан» және «вакциналау адамдарды толық бақылауда ұстау үшін жасалды» деген пікірлер жатады. Қазақстан Республикасындағы жалған ақпарат пен астыртын теориялар басқа елдерде тараған пікірден ерекшеленбейді. Қазақстанның пандемияға қарсы атқарған шарасына қатысты жалған ақпарат пен бұрмалау да өзге елдердегіге ұқсайды. Шындап келгенде, COVID-19 туралы жалған ақпарат тарату, вакциналауға қарсы науқандар мен фейк жаңалықтар індетпен күрестің тиімділігіне кедергі келтіреді, экономикалық қиындықтар тудырып, адамдардың опат болуына жол ашады.

Осы кітапты жазу арқылы үкіметтерге, адамдар мен денсаулық сақтау жүйесіне сын болған (әлі болып келе жатқан) пандемияның әлеуметтік желідегі рөліне жан-жақты, айқын әрі терең үңілуге тырыстық. Мәселеге барынша кеңінен қарай отырып, жаһандық ауқымдағы қазіргі пікірталасқа қатысты түрлі көзқарасты келтіреміз.

Ұлы дала елінің ұстанымы берілген материалды қызық әрі ақпаратқа бай санарсыз деп үміттенеміз.

2021 жыл, сәуір.

КІРІСПЕ

Молдияр Ергебеков & Жанар Темірбекова

Бұл жобаға 2020 жылдың тамыз айында Қазақстандағы Фридрих Эберт атындағы қордың зерттеу жүргізуге ұсыныс жасауы түрткі болды. Зерттеу COVID-19 пандемиясы кезіндегі Қазақстан медиасындағы конспирология теориясы жайында болуға тиіс еді. Ұсынысты қуана қабыл ала отырып, өзара ақылдаса келе, Қорға пандемия кезеңіндегі Қазақстан медиасының жалпы жағдайын зерделейтін кең көлемді зерттеу жүргізуді ұсындық. Өйткені елімізде бір жағдай болғанда, мейлі, тәуелсіздік алу сияқты қоғамда қуаныш сезімін тудырған жағдай болсын, мейлі, COVID-19 секілді келеңсіз, ауыр жағдай болсын, сол сәтте сол сәтті зерттеу дәстүрі қалыптаспаған. Бірақ мұның өте маңызды екенін ешкімнің жоққа шығара алмасы анық. Қоғамдық жадты өшірмеу, адам, қоғам және үкіметтің сол сәттегі реакциялары, сезімдері мен берген бағаларын жазып алу және бұларға ғылыми көзқарас тұрғысынан баға беру өте маңызды. Қор біздің бұл ұсынысымызды құптады.

Артынша тамыз айында «Қазақстан медиасындағы COVID-19» деген тақырыпты алға тарта отырып, зерттеумен айналысқысы келетін ғалымдар мен зерттеушілерге арналған Ақпараттық хат, ағылшын тілінде айтар болсақ, *Call for papers* жарияладық және ғылым саласында жүрген зерттеушілермен қатар ғылыми зерттеу жасауға ықыластанып жүрген өзге сала мамандарын да (журналистер, әлеуметтанушылар, қоғамдық денсаулық сақтау мамандары және т.б.) шақырдық. Мақсатымыз тақырыпты әртүрлі сала зерттеушілері және мамандарымен бірге жан-жақты талқылау еді. Өйткені 2019 жылдың желтоқсан айында Қытайдың Хубэй провинциясының астанасы Ухань қаласында пайда болып, қазіргі кезде бүкіл дүниежүзіне жайылған COVID-19 вирусының әлеуметтік, экономикалық, саяси және мәдени тұрғыдан жаһандық мәселеге айналуы аса ауыр, келеңсіз оқиға еді. Медиа COVID-19 пандемиясы мәселесінің дәл ортасында қалған болатын. Әлемдегі барлық елде карантин жарияланған сәттен бастап, сезімдер ақпарат медиасы арқылы таралды; түрлі мамандық иелерінің сан түрлі көзқарасы медиа арқылы бір арнада тоғысты; медиа, тура мағынасында, білім беру және ағартушылық функциясын атқарды.

Үкіметтер төтенше жағдай кезінде баспасөз бостандығы мен журналистика қызметіне шектеу қоюға кірісті. Бұған қарсы тұру мақсатында әлемдегі ұлттық және халықаралық журналистика ұйымдары мен медиа еркіндігін жақтаушылар үкіметтердің цензурасына қарсы тұрып, қажет болған жағдайда балама ақпарат көздері арқылы ақпарат тарату ісін бастады. Тіпті бұл жөнінде Біріккен Ұлттар Ұйымы, Еуропадағы қауіпсіздік және ынтымақтастық ұйымы, Америкааралық адам құқықтары комиссиясы ортақ үндеу (OSCE, 2020) жариялады. Шектеусіз репортерлер ұйымы коронавирус пандемиясының журналистика мен сөз бостандығына әсерін бақылау, бағалау және ақпараттың қолжетімдігін насихаттау үшін Tracker-19 қосымшасын іске қосты (RSF, 2020). Халықаралық баспасөз институты COVID-19 пандемиясына байланысты баспасөз бостандығының бұзылуын қатаң қадағалай бастады (IPI, 2020).

Журналистерді қорғау комитеті коронавирус өршіген кезеңде жұмыс істейтін журналистердің тән және психологиялық саулығын сақтауға бағытталған қорғау шаралары туралы нұсқаулық дайындап, оны үнемі жаңартып отырды (CPI, 2020).

Дегенмен пандемия кезеңіндегі медианың ең басты проблемасы COVID-19 вирусына байланысты жалған ақпараттың барлық медиа түрінде таралуы болды. Өсек-аяң таратушы медианы айтпағанның өзінде, дәстүрлі, ең байсалды саналатын медианың да жалған ақпарат таратқан жағдайлары кездесті. Сонымен қатар COVID-19 туралы түрлі конспирологиялық көзқарастар да медиа арқылы тарап, әсіресе әлеуметтік медианың негізгі күн тәртібін қалыптастырды.

Наурыз айынан бастап дүниежүзінде газет-журналдар таралымы едәуір кеміді. Жарнама берушілер азайып, медиа карантин кезінде «жұмыс істеген» сала болғанына қарамастан, индустрия ретінде үлкен экономикалық дағдарысқа ұшырады.

Аталған жайттарды назарға ала отырып, Қазақстандағы Фридрих Эберт атындағы қордың қолдауымен жөнелтілген Ақпараттық хатымызға жауап беріп, зерттеу жобаларын ұсынғандардың саны елуден асты. Олардың ішінен жиырма бесін таңдап алып, жобаны іске асыруға кірістік. Алайда бес зерттеу жобасы зерттеу кезеңі барысында белгілі және белгісіз себептермен аяқсыз қалды. Қалған жиырма зерттеу осы кітапқа енді. Бұл зерттеулерде:

- Қазақстан медиасының COVID-19 пандемиясы кезіндегі ақпарат тарату тәсілдері;
- COVID-19 кезінде Қазақстан медиасы мен Қазақстандағы саяси билік дискурстарының қарым-қатынасы;
- Дәрі-дәрмек пен құрал-жабдық тапшылығы дағдарысының медиада көрініс табуы;
- COVID-19 сарапшыларының медиадағы бейнесі;
- Медиадағы коронавирус туралы мәдени жосық насихаты мен қоғам денсаулығы мәселелері және қоғам денсаулығын сақтау мәселелерін тақырып ету түрлері мен тәсілдері;
- Медиадағы денсаулыққа байланысты жалған ақпараттар, зиянды кеңестер және жалған «ем шаралары»;
- Үкімет шешімдері мен әрекеті және медиадағы қоғамдық пікір;
- Медиадағы COVID-19 індетіне байланысты конспирология теориялары, дезинформация мәселелері;
- Медиадағы COVID-19 контекстінде қамтылған кедейлік, көші-қон, нәсілшілдік, дін және ксенофобия туралы дискурстар;
- Медиадағы пандемия риторикасы;
- COVID-19 науқастарына бағытталған кибербуллинг, кемсіту (дискриминация) және стигматизация мәселелерінің медиада көрініс табуы;
- COVID-19 кезеңінде көбейе түскен тұрмыстағы зорлық-зомбылыққа медианың назар аударуы;

- COVID-19 пандемиясы кезеңіндегі өнер және тағы басқа тақырыптар қамтылды.

Ұжымдық зерттеуімізде ғылыми негіздеменің, сұрақтар мен гипотезалардың, зерттеу әдістерінің болуына баса назар аудардық. Дегенмен әртүрлі кемшін тұстардың болары анық. Кейін байқалған кемшін тұстар бізден кейін жүргізілетін зерттеулер арқылы жойылады деп үміттенеміз. Ендеше кез келген мәтінді тәмамдалған мәтін деп қабылдамау керек.

Бір жыл бойы істелген еңбектің нәтижелеріне қарап, оны сипаттар жақсы бір сөз қолданар болсақ, «аза тұту» дер едік. Басқаша айтсақ, осыншама ғалым, зерттеуші, университет студенттері жиналып, COVID-19 кезінде қайтыс болған, үй ішінде зорлық көрген әйелдер мен балалар, дәрі-дәрмек таба алмаған, жалғыз қалған адамдар үшін «аза тұттық». Заманымыздың көшбасшы ойшылдарының бірі Джүдид Батлер тіршілік иесінен ажырап қалу және оның артынша келетін аза тұтудың адамзат баласын біріктіретінін, сондықтан да аза тұтудың өте маңызды екенін айтады (Butler, 2003). Бұл тұтқан азамыздың оқырмандарға, журналистер мен медиа мамандарына, үкімет мүшелері мен мемлекеттік қызметкерлерге, үкіметтік емес ұйымдардың қызметкерлері мен қоғам белсенділеріне ой тастауға, жаңаша көзқарас қалыптастыруына және кеткен қателерден сабақ алуына, осылайша дұрыс коммуникацияның құрылуына себеп болатын еңбек болуын тілейміз.

Алматы-Түркістан, 2021.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Butler, Judith (2003). "Violence, Mourning, Politics." *Studies in Gender and Sexuality*, 4(1):9–37.
2. CPJ (2020). Меры предосторожности от КЗЖ: Вспышка коронавируса. <https://cpj.org/ru/2020/03/post-130/>
3. IPI (2020). COVID-19: Number of Media Freedom Violations by Region. <https://ipi.media/ipi-covid-19-media-resource-toolbox/>
4. OSCE (2020). COVID-19: Governments must promote and protect access to and free flow of information during pandemic, say international media freedom experts. 19-наурыз, <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/448849>
5. RSF (2020). RSF launches Tracker 19 to track Covid-19's impact on press freedom. 31-наурыз, <https://rsf.org/en/news/rsf-launches-tracker-19-track-covid-19s-impact-press-freedom>

БИЛІК ПЕН ҚОҒАМ АРАСЫНДАҒЫ КОММУНИКАЦИЯНЫ ҚАЛАЙ РЕТТЕУГЕ БОЛАДЫ: COVID-19-ДЫҢ МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ САЛАСЫНА ТӨНДІРГЕН ҚАТЕРІ

Раушан Дуламбаева & Таисия Мармонтава

Кіріспе

Қазіргі кезде басқару саласының проблемалары сан алуан. Билік ресурстарын тиімді қолдану мәселесі жаһандық ауқымда өзекті болып отыр және оның көлемі артып келеді. Инновациялық дамудың қандай бағытта жүретіні белгісіз, қазіргі мемлекеттік басқару саласындағы дағдарыс осыдан бастау алады деуге негіз бар.

Автоматтандырылған өндіріс, өмірдің барлық саласын қарқынды түрде цифрландыру, негізгі валюталардың болашағына ықпал ететін электрондық ақша сияқты жергілікті инновациялардың өрістеуі – даму процестерінің тым әркелкі өрбуіне себепші.

Жаһандық сипат алған коронавирус дағдарысы мемлекеттік басқару жүйесіне салмақ түсіруде. Пандемиямен байланысты сын-қатер, белгісіздік пен тұрақсыздық жағдайында басшылық қызметтегілер тиісті дағдыларын жетілдіріп, жаңа дағдылар меңгеруі керек. Азаматтар оларға үлкен үміт артып отыр.

Мемлекеттік қызмет саласындағы Астана хабы Басқарушы комитетінің төрағасы Ә.М. Байменовтің пікірінше (dba.uz, 2020), пандемия тұсында «сенім» мен «құрмет» ұғымдарының әлеуметтік құндылық қана емес, сондай-ақ мемлекеттік басқарудың маңызды капиталы екені айқын байқалды.

Пандемия кезеңі Қазақстан үшін зор дағдарыс кезеңі болды. Әлем үкіметтері вирустың таралуын тежеу мақсатында қашықтан жұмыс істеу, жүріп-тұруға шектеу қою, жиын-шараларға тыйым салу, медициналық мекемелерге қосымша қаржы бөлу, әлеуметтік қамсыздандырудың жаңа формаларын енгізу, қарым-қатынас жасаған адамдарды бақылауға алу сияқты шараларды қолдануға мәжбүр болды. Пандемия салдарынан туған басқару саласында проблемалармен қатар Кеңес Одағы ыдырағаннан бері қордаланған мәселелерді де шешуге ден қойған Қазақстан үкіметі аса күрделі дағдарысты еңсеруге тиіс. Бірақ еңсеру үшін жаңа, айрықша амалдар қажет.

2020 жылдың наурыз айынан бастап мемлекеттік аппарат шамасы келгенше қызмет етуде. Инфекцияның таралуын шектеу үшін іске асырылған шараларға қоғам да, бизнес те, азаматтық белсенділер де наразылық білдіріп отыр. Белгіленген тәртіпке, ережеге бағынуға ерекше көңіл бөлетін қазіргі әкімшілік жүйенің жаңа заман талаптарына сай

емесін ескеріп, өзара әрекеттесудің, ықпалдастықтың жаңа стратегияларын айқындау қажеттігі даусыз. Қаулы жариялап, әлдебір ережені қолданысқа енгізу жеткіліксіз, қоғамға сол ережені неге енгізу қажет екенін түсіндіру керек. Бұл жұмысты цифрлық дәуірдегі ақпарат алмасудың басты тетігі саналатын медиа көмегімен жүзеге асырған жөн.

Қазақстанда әкімшілік дағдарысты инновациялық механизмдерді іске қосу арқылы еңсеруге бағытталған бастамалар бар, алайда олар жүйелі әрі бірізді емес. Қазіргі мемлекеттік қызметті желілік әрекеттесу деп түсіну үрдісі сол әрекеттесудің азаматтық қоғам шегінен тыс шығып, ұлғая, күрделене түскенінен байқалады. Басқаруды тиімді өзара әрекет, ықпалдастық, медиа арқылы «адамдар деңгейінде» жүзеге асыруды синтетикалық құбылыс деп түсіндіруге болады (Provan, 2008), мұнда қызметкерлер мен халыққа өзара байланысты, өзара тәуелді өкілеттік беріледі. Демек, іс жүзінде қоғамдық-мемлекеттік басқару жүйесі мемлекеттік-қоғамдық жүйеге айналады (Барабашев, 2016). Пандемия мемлекеттік аппарат жұмысын трансформациялауға түрткі болды. Үкіметтің дағдарысқа қарсы іс-шараларына қарамастан, мемлекеттік органдардың коммуникация саласындағы стратегиялары, әсіресе қоғамға дер кезінде дұрыс әрі толық ақпарат беруге келгенде, үнемі ойдағыдай нәтижелі бола бермейді. Салдарынан саясаткерлер мен қоғам арасында дау туындайды, іске асырылатын шаралардың дұрыстығына, тиімділігіне күмән келтіретіндер көбейеді, әлеуметтік жағдай шиеленіседі, үрейленген, дүрліккен халықтың мемлекетке сенімі азаяды және т.с.с. Осы процестегі медианың рөлі зор. Дағдарыс кезінде медиа екіжақты коммуникация орнатып, әлеуметтік жікке бөлінуге жол бермеуге көмектесетін байланыс құралы қызметін атқарады.

Осы орайда авторлардың алға қойған мақсаты – коронавирус дағдарысы кезінде билік пен қоғам арасындағы тиімді коммуникация проблемасын қарастыру.

Аталған мақсат үдесінен шығу үшін төмендегідей зерттеу міндеттерін орындау қажет:

- пандемия кезеңіндегі қазақстандықтың әлеуметтік портретін (бейнесін) зерттеу;
- биліктің коммуникациялық стратегияларын талдау;
- Қазақстан азаматтарының ақпараттық талғамын зерттеу.

Мақсатқа жету үшін бірқатар зерттеу әдісі, соның ішінде социологиялық әдіс-тәсілдер, ақпараттық талдау, медианы құрылымдық талдау әдісі қолданылады.

Бұл мақалада аяқталған және жалғасып жатқан зерттеулердің нәтижелері баяндалады. Олардың түпкі мақсаты – қоғамда мемлекеттік басқару жүйесінің «өзгеруіне» деген сұраныстың бар-жоғын анықтау, «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасын негізге ала отырып, медиа көмегімен қоғамдық диалогты жандандыру шараларын ұсыну.

Қазақстандықтардың пандемия кезіндегі әлеуметтік көңіл-күйі: қоғамның коммуникацияға деген сұранысын талдау

Қазақстандықтар соңғы бір жылда ауыр жағдайды бастан өткерді. COVID-19 медиа мен қатардағы азаматтардың басты тақырыбына айналды. Биылғы жылдың наурыз айында енгізіліп, 60 күнге жалғасқан төтенше жағдай дертке тежеу салды, алайда шілде айында жағдай өршіп, инфекцияның таралуын толық бақылауда ұстау мүмкін болмай қалды. Билік локдаун жариялады. Жаз кезінде шенеуніктер екіұдай жағдайға тап болды: бір жағынан, кедейлік пен рецессияны еңсеру; екінші жағынан, вирусқа төтеп беріп, адам өміріне араша түсу қажет болды.

Вирус жұқтырғандар саны күрт артқан шақта медицина қызметкерлерінің өтініші бойынша қоғамдық пікірді білу үшін арнайы зерттеу жүргізілген еді. Медицина қызметкерлері коронавирустың жаңа толқынына дайын болу үшін қоғамдағы ахуал туралы барынша орнықты пікірді білу маңызды болды. Қоғамның көңіл-күйін зерттеумен айналысатын сарапшылар болса, дәл сол уақытта әлеуметтік-саяси жағдайдың өзгеруін бақылап, тиісті мемлекеттік органдар мен құрылымдарға ұсыныс жасауды көздеген.

Әдістеме жөнінде: «жентек қар тәсілін» негізге ала отырып, қоғамдық пікірді білу мақсатында сауалнама таратылған, оған кәмелетке толған 9 227 адам жауап берді (72% әйел, 28% ер адам). Басым бөлігі – қала тұрғындары.

Медицина мамандары COVID-19 дертінің ауыр түріне шалдығуына адамның өмір салты мен зиян әдетке салынуы негіз болатынын анықтаған. Осындай жағымсыз факторлардың ішінде қазақстандықтар арасында алкоголь ішу (22,9%), шылым шегу (15,4%), сондай-ақ артық салмақ (17,4%) және қан қысымының жоғары болуы (9,1%) сияқты түрлері жиі кездеседі. Сауалнамаға қатысқан кезде коронавирус инфекциясын жұқтырғаны расталған респонденттердің көпшілігінің артық салмақтан зардап шегетіні (44,3%) және қан қысымының жоғары екені (84,7%) анықталған. Барлығының дем алуы ауыр болатыны (100%) және холестерин деңгейі жоғары (94,7%) екені белгілі болды.

Бұған қоса, зерттеу барысында шетелдік ғалымдардың «қаны екінші топқа жататын адамдар өзгелерге қарағанда вирусты тез жұқтырады» деген тұжырымы расталды. COVID-19 дертіне шалдыққан және өз қан тобын білетін респонденттердің бәрінің қаны екінші топқа жататын болып шықты.

Ауру өршіген шақта сауалнамаға жауап бергендердің 18,2%-ы өзін саумын деп санаған, созылмалы аурумен ауыратынын респонденттердің 11,4%-ы, ал респираторлық ауру белгілері бар екенін 7,8%-ы ескерткен, респонденттердің дәл осындай саны сырқаттанғанын (айтқандарына қарағанда, коронавирус инфекциясын жұқтырғанын) айтқан, 8,9%-ы COVID-19 жұқтырғаны расталғанын атап өткен. Көпшілігі (46,0%) коронавирус инфекциясын жұқтырып алдым ба деп күдіктенетінін білдірген.

Медиада пандемияға қарсы тұрудың жалғыз жолы ретінде топтық иммунитет қалыптастыру мәселесі жиі көтерілетін. Бұл ақпараттық трендтен Қазақстан да тыс қалмады. Вирус жұқтырғандар саны бойынша солтүстік және оңтүстік астаналар топ бастап тұр; coronavirus2020.kz (www.coronavirus2020.kz, 2020) сайтының мәліметінше, биылғы

жылдың 16 қазанындағы жағдай бойынша, Нұр-Сұлтан қаласында 14 274 коронавирус дерегі тіркелген, Алматы қаласында – 14 495. Нақтылай түссек, бұл – пандемия басталғалы бері науқастанғандардың жалпы саны, вирустан айыққандар саны, сәйкесінше, 13 672 және 14 141 адам. Мемлекеттік бас санитар дәрігер Жандарбек Бекшиннің сөзінше, Алматы қаласында топтық иммунитетті зерттеп көруге әрекет жасалған. БАҚ-та жарияланған мәліметке сенсек, қала зертханаларының бірінде жүргізілген сынақ нәтижесі көрсеткендей, шілде айының үшінші онкүндігінің басына таман, соңғы үш апта ішінде халықтың топтық иммунитеті 14%-дан 23%-ға дейін өскен (tengrinews.kz, 2020).

Осы бір алдын ала деректі Ж.Бекшин мәлімдеме жасаған уақытпен тұспа-тұс келген социологиялық талдау нәтижелерімен салыстырсақ, респонденттердің 16,7%-ы коронавируспен ауырып жүр немесе өздерінде коронавирус анықталған. Демек, 100 қазақстандықтың 16-сында иммунитет бар. Бұл сандық көрсеткіш жеткіліксіз, өйткені британдық мамандардың пікірінше, топтық иммунитеттің шекті көрсеткіші 60–70% болуы керек (bbc.com, 2020).

Осы ретте медициналық компаниялардың бірінің бас директоры Фуат Дивеевтің сөзі назар аударарлық. Айтуынша, оның мамандары G класындағы иммуноглобулинге күніне 300 зерттеу жүргізеді, солардың 60%-ы оң нәтиже береді екен. Яғни адамдардың 60%-ы белгілі дәрежеде ковид жұқтырған (pavlodarnnews.kz, 2020). Жүргізілген социологиялық зерттеуге қатысқандардың 46%-ы, яғни әрбір екінші адам коронавирус инфекциясына шалдыққан.

Бұл деректер халықаралық сарапшылар келтірген мәліметтерге сәйкес келеді. Осы орайда айта кетер жайт, зерттеуде медицина мамандары болжамдарын социологиялық әдіс-тәсілдер көмегімен растауға не тірістеуге әрекет жасалған.

Сауалнамаға қатысқан әрбір төртінші адам өзінің коронавирусты қайдан жұқтырғанын нақты айта алмаған. Әрбір бесінші респондент әріптестері, достары, отбасы мүшелерімен және туысқандарымен сөйлескеннен кейін инфекцияны қалай жұқтыруым мүмкін деген сұраққа жауап бере алған. Социологиялық әдістерді қолданғанның өзінде байқалғандай, COVID-19-дың әлеуметтік қарым-қатынастар арқылы таралатыны расталды, сондықтан вирус жұқтырғандар санын азайтудың бірден-бір жолы – әлеуметтік арақашықтық сақтау шаралары.

Медиа кеңістігінде елдегі вирус жұқтыру динамикасына әсер ететін жайттар туралы қарама-қарсы пікірлер жетіп артылады. Атап айтсақ, Қазақстанның «Информбюро», Tengrinews, «365.kz» және т.б. негізгі ақпарат ресурстарындағы жаңалықтарға жасалған жалпы шолудан байқағанымыздай, көпшіліктің қатысуымен өтетін іс-шараларға тыйым салынғанына қарамастан, қазақстандықтардың той тойлап жүргені туралы мәлімет көп. Тіпті мемлекет басшысының өзі қазір «той тойға ұлассын» деген мәтелді желеу етіп, ұлан асыр той жасайтын уақыт емес деген. Қ.К. Тоқаев технологиялар дәуірінде бос әңгіме мен өзін-өзі мадақтауды доғару керегін атап өткен. ҚР Президентінің ойынша, адам аман қалудың қамын ойлайтын заманда еңбек етуге талаптануға тиіс (informburo.kz, 2020). Осы орайда сауалнамаға қатысқан 20 адамның біреуі ғана өзінің сырқаттанғанын отбасылық жиын-тойға, мерекелік шараға қатысқанымен байланыстырған. Бұл сауалнама биыл сырқаттанғандар

саны күрт артқан кезеңде берілген болатын, қоғам жаңа дәуір қағидаларын сонда ғана аңғара бастаған еді.

Мемлекеттің спорт залдарының жұмысына неге соншалық қатаң шектеу қойғаны түсініксіз. Респонденттердің 1,2%-ы ғана спортпен шұғылданған соң сырқаттанғанын айтқан. Фитнес-индустрия операторлары қауымдастығының басшысы Татьяна Салатинаның айтуынша, осындай жағдайда қатаң, кейде тым қатаң шектеудің енгізілуіне фитнес орталықтары мен клубтардың үштен бір бөлігі төтеп бере алмаған, тағы 20%-ы қатаң шектеу шаралары болмаған күннің өзінде жабылуға жақын. Бүгінде батыс аймақтарында, мысалы, Атырауда және Ақтауда, санитарлық режимді бұзу статистикасына сай, аталған нысандардың санитарлық ережелер мен нормаларды сақтауда айтарлықтай жауапкершілік танытқанына қарамастан, спортзалдардың жұмысына қайта тыйым салынды (lsm.kz, 2020).

Вирус жұқтыруға себеп болған жайттар қатарында сауда орталықтарына (4,4%), кафеге немесе мейрамханаға (2,2%) бару, қоғамдық көлікпен жүру (9,1%) де бар. Ауруға шалдыққанын әлеуметтік белсенділіктің аталған түрлерімен байланыстырған азаматтар көп емес, өйткені сауалнама оқшаулау шаралары күшейтілген, тұрғындардың сауда орталықтарына, кафелер мен мейрамханаларға барып келуге, қоғамдық көлікте жүруге шектеу қойылған кезде берілген болатын.

Әйелдердің әлеуметтік рөлі ерекше екені де байқалады: пайызға шаққанда, әйелдердің көбі вирусты қарым-қатынаста, ал ерлер қоғамдық көлікте немесе отбасылық жиынға, асқа барғанда жұқтырғанын айтқан.

Сауалнамаға қатысқандардан вирусты кімнен жұқтырғаны сұралған. Әрине, бұл деректер толық сенімді емес, себебі оларды растайтын зертханалық диагностика жасалмаған. Төрт адамның біреуі вирусты туған-туысқандарынан жұқтырдым, әрбір бесінші респондент ауруды әріптесімнен жұқтырдым деген. 10 адамның біреуі вирусты ата-анасынан жұқтырдым деген. Вирусты балаларынан жұқтырдым деп сенетіндер саны – 4,9%.

Аурудың таралуына қарсы тұру үшін жеке қорғаныс құралдарын пайдалану мәселесі де өзекті. Бір қызығы, сауалнамаға жауап бергендердің жарты пайызы ғана жеке қорғаныс құралдарын пайдаланудан бас тартқанын айтқан. Бұл жайт та медиа кеңістігіндегі жағдайға сай емес, өйткені әрбір БАҚ вирустың тез таралуына сақтық шараларын қолданбай жүрген азаматтардың өзі кінәлі екеніне баса назар аударған.

Жауап берушілердің үштен бірі антисептик қолданып жүргенін айтты. Әрбір төртінші респондент көпреттік бетперде, ал әрбір бесінші респондент респиратор тағады екен. Шамамен, 10%-ы ұдайы медицина маскасын тағады. Зерттеушілер сауалына жауап бергендердің 13,2%-ы медицина қолғабын киіп жүретінін мәлімдеді. Жеке қорғаныс құралдарын қолданбайтындардың көбі – ерлер (8,5%), 0,1%-ы – әйелдер. Ерадамдардың 72,3%-ы жеке сақтық құралы ретінде медицина бетпердесін тағады, ал әйелдердің көбі (83,9%) көпреттік маска таққанды жөн санайды.

Социологиялық сауалнама нәтижелерінен белгілі болғандай, медицина саласы дертке қарсы ойдағыдай күресіп жатыр деген мәлімдемелерге қарамастан, ауырғандар саны күрт өсіп, жүйеге салмақ артқан кезде қызметін біз ойлағандай атқара алмады. Сауалнамаға жауап берушілердің 54,6%-ы дәрігерге бармағанын айтты, 40,7%-ы медициналық көмекке

жүгінгенін мәлімдеді. Адамдардың 4,7%-ы инфекциямен күресудің балама амалын таптық деді.

Дәрігерлердің көмегіне жүгінгендердің арасында мемлекеттік емханаларға барғандар үш есе көп. Әрбір бесінші респондентке (22,2%) тиісті емді жалпы практика дәрігері жазып берген, стационарлар мен жекеменшік медицина орталықтарына қарағанда, мемлекеттік емханалар қызметіне жүгінгендер саны үш есе көп болған. Емханаларға жәрдем сұрап ағылғандар да, дәрігерге бармай, өз бетімен емделгендер де көп еді. Дәрігердің қабылдауында бола алмағандар саны медициналық мекеменің түріне байланысты 2,9–8,2% аралығында ауытқып отырды. Респонденттердің сөзінше, әсіресе учаскелік дәрігердің қабылдауына жазылу қиын болған. Жедел жәрдем шақырмағандар (51,5%) мен ауруханаға бармағандардың (49,9%) көп болғаны – ковид ауруы, көп жағдайда, жеңіл және орташа ауыр түрде өтеді, яғни қарқынды терапия қолдану қажет емес деген тұжырымды растап тұр. Сауалнамаға жауап берген әрбір бесінші азамат коронавирусты емдеуге шамамен 40–50 мың теңге жұмсағанын айтты. Осы ретте емге кеткен шығынды мемлекет, жұмыс беруші немесе сақтандыру компаниясы өтеді дегендердің саны 100 респонденттің біреуінен де аз. Байқағанымыздай, күтпеген жағдайда емделуші өз қамын өзі ойлауға мәжбүр болды.

Жалпы, қалада тұратын қатардағы қазақстандық пандемия қаупін аңғарып, жауапкершілік танытты, қорғаныс құралдары мен антисептик қолданады, бетперде тағады деп қорытынды жасауға болады. Осылай бола тұра, сақтандыру жарнасын үзбей төлеп тұратын дәл осы азамат тұрғылықты жері бойынша тіркелген емханадағы дәрігердің көмегіне жүгіне алмады. Шілде айында, вирус өршіген шақта іс жүзінде ақысыз медициналық жәрдем ала алмай қалды, ал БАҚ-та жиі сөз болған жәрдемақыны дәрі-дәрмекке жұмсауға тура келді. Неге осылай болды деген сұраққа әлі де нақты жауап жоқ. Ал медиа кеңістікте жансақ пікір қалыптастыратын қарама-қарсы бейнероликтер мен адамды үрейлендіретін жарияланымдар өріп жүр.

Тиімді коммуникациялар: медианың рөлі мен орны

Нәтижелі, тиімді коммуникация мәселесі осы мақаланың тақырыбында көрсетілген. Дағдарыс жайлаған алмағайып заманда коммуникациялар билік пен қоғамның өзара әрекеттесуіне, дер кезінде ақпарат алмасуына, кедергілер мен қиындықты айқындап, олардың шешімін табуға мүмкіндік беретін арнаға айналды. Пандемия тұсында елімізде коммуникацияның нашар екені, дұрыс ойластырылмағаны байқалды. Мемлекеттік басқару органдары ақпараттық және түсіндіру жұмыстарын жүргізбейді, ал қоғамға ұсынылатын ақпаратты әзірлеу сапасы төмен, дұрыс жеткізілмейді, салдарынан ресми ақпарат көздеріне деген сенім жоғалып, барған сайын шиеленісе берді.

Қазіргі кезде ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясында тиімді коммуникация құру стратегиясы жөнінде ұсыныс беруді көздейтін салыстырмалы зерттеулер жүргізілуде. Бұл мақала – 5 ай бойы атқарылған жұмыстардың нәтижесін баяндайтын алғашқы жарияланым.

Коммуникация стратегияларының тиімділігі ақпарат тарату жолдарының қолжетімді әрі ыңғайлы болуына тәуелді екені мәлім. Осы орайда ақпараттар ағынын реттеудегі медианың рөлі ерекше.

Зерттеу әдістемесі социологиялық сауалнама арқылы дерек жинап, оларды өңдеп, Power BI жүйесінде модельдеу сияқты амалдарды пайдаланады.

Мынадай қорытындыларды атап өтсек болады. Ақпаратқа қанағаттану деңгейі мен мемлекеттік органдардың эпидемиологиялық ахуалды тұрақтандыру үшін іске асырып жатқан шараларын нәтижелі деп тану және елдегі эпидемиологиялық жағдай туралы мемлекеттік органдар тарапынан берілген ақпараттың қолжетімді болуы арасында оң тәуелділік бар.

Ақпаратқа қанағаттану деңгейі мен пандемия кезінде билік тарапынан жеткізілетін қарама-қарсы хабарламалардың жиілігі, мемлекеттік органдардың эпидемиологиялық жағдайды тұрақтандыруға бағытталған шараларының нәтижелі болуы, елдегі эпидемиологиялық жағдай туралы мемлекеттік органдар тарапынан шығатын ақпаратты іздеп табудың қиын болмауы сынды факторлар арасында тәуелділік бар екені анықталды.

Сондай-ақ мемлекеттік органдардың эпидемиологиялық жағдайды тұрақтандыруға бағытталған шараларын нәтижелі деп тану мен ақпаратқа қанағаттану деңгейінің жоғары болуы арасында да өзара байланыс бар.

1-сурет. Ақпаратқа қанағаттану деңгейі¹



Диаграммадан байқағанымыздай, пандемия кезіндегі ақпаратқа 30–45 жас аралығындағы респонденттердің көңілі толады. 18–29 жас пен 56–65 жас аралығындағы жауап берушілер – ақпаратқа қанағаттану деңгейі төмен респонденттер.

Сонымен қатар зерттеу әдістемесіне ақпаратқа қанағаттану деңгейін бағалаудың жеткілікті, уақытында және қолжетімді болу сияқты критерийлері де кіреді.

Ауру-сырқау жөнінде толымды ақпарат таратудың ыңғайлы жолдарына интернет порталдары, мемлекеттік органдардың сайттары, мемлекеттік

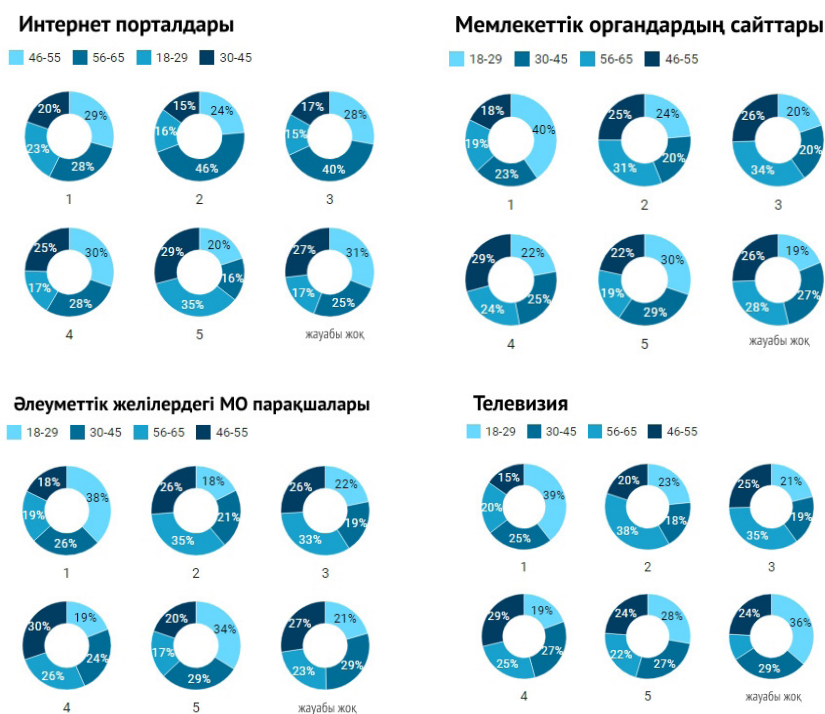
1 Ескертпе: жаппай сауалнама нәтижелеріне сәйкес жасалды.

құрылымдардың әлеуметтік желілердегі ресми парақшалары, ақпараттық бюллетендер, SMS-хабарландырулар жатады.

Осы ретте дереу ақпарат тарату үшін интернет-порталдар, мемлекеттік органдардың сайттары, баспасөз конференциялары мен брифингтер, билік органдары жетекшілерінің блогтары, мемлекеттік құрылымдардың ресми парақшалары сияқты арналарды қолданған ыңғайлы.

Интернет порталдар, мемлекеттік органдардың сайттары, мемлекеттік құрылымдардың әлеуметтік желілердегі ресми парақшалары сияқты арналар – сырқат деңгейі мен аурудың алдын алу шаралары туралы жеткілікті әрі уақытында ақпарат таратудың ең оңтайлы жолдары.

2-сурет. Пандемия жағдайында ақпарат арналары арқылы хабардар болудың ыңғайлылығын бағалау деңгейі²



Ауру-сырқат, алдын алу шаралары мен қауіп-қатер жайында толымды және уақытында (дереу) ақпарат тарататын арналардың ішіндегі интернет порталдарына 18 бен 29 жас аралығындағы респонденттер, мемлекеттік органдардың сайттарына 18–45 жастағылар, мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшаларына 18–29 жастағылар көп кіреді, ал телевизияны 18–45 жас аралығындағы респонденттер көп көреді. Интернет порталдарын 56–65 жас аралығындағы респонденттер көп пайдаланбайды, ал мемлекеттік органдардың сайттары, телевизия

2 Ескертпе: жаппай сауалнама нәтижелеріне сай жасалды.

мен мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшалары 18–29 және 56–65 жастағылар арасында аса танымал емес.

Жалпы, жастар, 18–29 жас аралығындағылар мемлекеттік органдардың сайттарын, мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшаларын көп қарамайды және теледидарды көп көрмейді. Егде жастағы азаматтар болса, интернет порталдары мен мемлекеттік органдардың сайттарын көп пайдаланбайды.

Бұған қоса, ақпараттық арналарды ыңғайлы көру-көрмеу респонденттердің қызмет саласына да байланысты. Мәселен, мемлекеттік органдардың сайттарын, негізінен, мемлекеттік қызметкерлер, бюджеттік сала жұмысшылары ыңғайлы көреді, берген бағалары: 5 және 4, үлесі 30%-дан астам. Айта кетер жайт, интернет порталдарына келгенде, барлық қызмет саласындағы респонденттердің 40%-ынан астамының берген бағасы 5 балл болған.

Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшаларына ауыл шаруашылығы жұмысшылары, мемлекеттік қызметкерлер, жекеменшік компаниялардың қызметкерлері мен БАҚ өкілдері көп кіреді, ал жұмыссыздар оларды ақпарат алудың ыңғайлы жолы деп санамайды, осы категорияда мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшаларына қатысты сұраққа жауап бермеген респонденттер көп болған. Білік органдарының бірінші басшыларының блогтарына жүгінгенді ауыл шаруашылығы жұмысшылары мен жұмыссыздар ыңғайлы санайды, ал қызмет көрсету саласы жұмысшылары мен үй шаруасындағы әйелдер үшін олар ыңғайсыз.

Сауда және қызмет көрсету саласында, ауыл шаруашылығында жұмыс істейтіндер, студенттер мен оқушылар газет-журналдарды ақпарат таратудың ыңғайлы жолы деп танымайды.

Ауру-сырқау жөнінде дер кезінде ақпарат жариялау деңгейін бағалауда Viber, Skype, Microsoft Teams, YouTube, Telegram сияқты ақпарат тарату арналарының көрсеткіші 30%-дан асқан. Ал Email Instagram арналары, WhatsApp, ұялы телефондар, Zoom, E-gov.kz арналарының көрсеткіші 40–41% аралығында. Алдын алу шаралары туралы дереу ақпарат жариялау мен Viber, Skype, Zoom, Email, Microsoft Teams, YouTube, Telegram арналары арасындағы корреляция деңгейі 30%-дан асады. Ал E-gov.kz, Instagram, ұялы телефондар, WhatsApp арналарында бұл көрсеткіш 41–43%. Қайып-қатер туралы дереу ақпарат тарату мен Viber, Skype, Microsoft Teams, YouTube, Telegram арналары арасындағы корреляция коэффициенттері 30%-дан асады. Zoom, Email, E-gov.kz, Instagram, ұялы телефондар, WhatsApp бойынша 40%-дан көп.

COVID-19 кезіндегі медиа: тиімді коммуникация құру жолдары

Коронавирус дағдарысынан шығуға бағытталған іс-қимылдарға Денсаулық сақтау министрлігі, Білім және ғылым министрлігі, Индустрия және сауда министрлігі, Ұлттық экономика министрлігі, Ішкі істер министрлігі, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі, Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі, Цифрландыру және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі сияқты ведомстволар жұмылдырылған.

Қазақстанның мемлекеттік органдарының барлық порталы egov.kz ортақ порталында орналасқан. Онлайн құралдардың (<https://be1.ru/>) көмегімен жүргізілген аудит нәтижесінде мынадай қорытындыға келдік.

Яндекс пен Google іздеу жүйелеріндегі индексациядан және мұндағы Яндекс-тің позициялары әлдеқайда жоғары екенінен байқағанымыз, порталды көбіне интернеттің орыстілді сегментінен іздейді.

Үстіміздегі жылдың ақпан – сәуір айы аралығында, пандемия басталып, төтенше жағдай жарияланған кезеңде сайттарға кіріп көрушілер саны жылдам артқан. Ең жоғарғы көрсеткіш сәуір айында тіркелген, сол кезде кіріп көрушілер саны 1 млн-ға жеткен. Карантин шектеулері жеңілдетілген кезде кіріп көрушілер санының 750 мыңға азайғаны байқалады, бірақ карантин қайта енгізілген кезде кіріп көрушілер саны бірінші рет карантин енгізілгендегі көрсеткіштерге дейін өскен. Мемлекеттік органдардың сайттарына негізгі трафик электрондық үкімет сайты, mail.ru және Яндекс.kz іздеу жүйелері арқылы барады, ал tengrinews.kz жаңалықтар сайты үшінші орында.

Коронавирусқа байланысты шектеу шаралары бизнес субъектілеріне тікелей әсер еткендіктен, «Атамекен» Ұлттық кәсіпкерлер палатасының сайтына медиаталдау жүргізілген.

«Атамекен» ҰКП сайтындағы іздеу сауалдарын талдау нәтижелері көрсеткендей, «атамекен», «палата предпринимателей», «мырзахметов», «бизнес жоспар», «офтейк» сияқты сауалдар арқасында сайтқа трафик көп тартылады.

Сайтқа кіру динамикасын талдаудан байқағанымыздай, наурыз айындағы трафик 320 мың кіруші болған, сәуірде бұл көрсеткіш 690 мыңға өскен, мамырда 320 мыңға дейін азайған, ал маусымда 400 мыңға жеткен, жалпы, бұл көрсеткіш артып отырған. Трафиктің 43,1%-ы – тікелей сілтеме арқылы, ал 40,4%-ы іздеу арқылы жұмсалған. Әлеуметтік желілер мен электрон пошта тариф көзі ретінде жиі қолданылмайды. Сайтқа жергілікті пайдаланушылар кіреді. Кіргендердің 97%-ы Қазақстан аумағында болған.

Коронавирус медициналық сипаттағы проблема болғандықтан, Медициналық сақтандыру қоры мен «СҚ-Фармацияның» сайттары да талданды.

Қазақстан Республикасы Медициналық сақтандыру қорының Яндекс/Google негізгі іздеу жүйелеріндегі индексация позициялары: 3485/2810. Кіріп көрушілер динамикасы кестесі: наурыз айында 110 мың, наурыз бен сәуір айларында 2 есе азайған (60 мың, 50 мың), алайда шілдеде 152 мыңға жеткен. Кіру географиясы: 97,81% Қазақстан порталдары арқылы.

Мемлекеттік басқарудың маңызды бір бағыты – азаматтарға шынайы ақпарат беру. Осы мақсатта <https://www.coronavirus2020.kz/> сайты жасалған болатын. Оның мемлекеттік органдар мен квазимемлекеттік құрылымдардың сайттарына қарағанда индексациясы жоғары, ол Яндекске 10 446-орында, соңғы кезде 1 474 позицияға көтерілген, ал Google-да 10 300-орында. Сайттың нәтижелі/тиімді көрсету динамикасы теріс: мамырда 43 болса, маусымда 34-ке азайған. Биылғы жылдың наурыз айынан бастап, тамыз айына дейінгі кезеңде бұл сайтқа сілтеме жасайтын домендер 656-ға көбейді. Сайтқа кіргендер саны ең көп болған (6 млн) кезең – сәуір айы, қазіргі кезде оған айына шамамен 2,8 млн рет кіреді. Мұны дағдарыстың ұзаққа созылғанымен түсіндіруге болады,

қоғам шектеу шараларынан шаршады, елдегі жағдайдың қалай өзгергенін секунд сайын бақылап отыруға құлықсыз. Аталған порталға көп адам (65,2%) тікелей сілтеме арқылы, ал 24,8%-ы іздеу жүйелері арқылы кіреді:



Іздеуде
позициясы

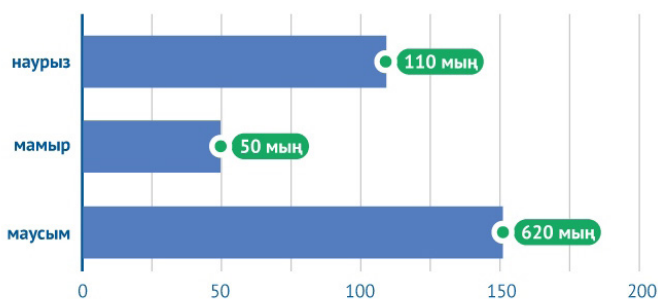


Yandex
3485



Google
2810

Кіріп көрушілер динамикасы кестесі



Сайттардағы ақпаратты талдау нәтижесі көрсеткендей, оларға деген қызығушылық динамикасының артуы дағдарыстың өршіген кезеңдерімен байланысты, шектеу шаралары жеңілдетілген кезде қызығушылық азая бастайды. Жарияланатын ақпараттың көбеюіне, қызығушылықтың артуына себепші жайттар: бизнеске қатысты шектеулер, салық саласындағы өзгерістерге, несиені өтеу мерзімін шегеру тәртібіне түсінік беру т.б. Білім беру мәселесінің әлеумет үшін маңызы зор, коронавирус дағдарысы кезінде «МОН РК» («ҚР БҒМ») семантикасы айшықталатын сауалдар азаймаған.

www.tengrinews.kz ақпарат сайтынан мемлекеттік органдардың сайттарына, ақпаратқа түрткі болған, оған себепші болған құрылымның парақшасына өту кезінде пайдаланушылар ресми жаңалықтарды көп оқитын дереккөз көрсетіледі.

Отандық медианы талдаудың тағы бір кейсі – медиада үлкен резонанс туғызған ақпараттық жайттарға байланысты case-study. Билік өкілдерінің қатысуы, қоғам тарапынан болған белсенді реакция мен ақпараттың таралуына түрткі болған жайттың уақыты сияқты критерийлерге сай үш кейс тандап алынды.



Әуелі БАҚ-тың шілде айында сырқаттанғандар саны күрт артқан кезде дәрі-дәрмекпен қамту мәселесі туралы қандай хабар таратқанына назар аударайық. «СҚ-Фармацияның» стационарларға дәрі жеткізуге жауап беретін басты оператор екені мәлім. Дәрі-дәрмекпен қамту саласындағы проблемалар ішінара осы мекеменің қызметімен байланысты. Мәселен, негізгі жаңалық сайттарына жасалған талдаудан белгілі болғандай, шілде айында жарық көрген материалдар тым жағымсыз сарында еді. Баспасөз беттерінде гуманитарлық көмекті бөлу кезіндегі қағазбастылық, жаз ортасында, дәрі-дәрмек жетіспей жатқанда аймақтардағы қоймалардың толып тұрғаны, аталған ұйымның қымбат кеңселер мен премиум-класс автокөліктерін жалға алғаны туралы ақпарат жарияланды. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы тергеу басталғаны, қызметін асыра пайдаланып, заңсыз байыған ұйым жетекшілерінің қамауға алынғаны туралы ақпарат көп шықпады. «СҚ-Фармация» қызметкерлерінің жұмыс нәтижелері бойынша марапатталғаны туралы материалдар ұйымның беделіне дақ түсірді деп бағалауға болады. Әлеуметтік желілер мен блогтарда бұл жайт қатты сыналып, халықты келеке ететін оспадар әрекет саналды. Осы ретте қатеге жол берген тараптың еш сабақ алмағаны, тиісті қорытынды шығармағаны атап өтілді. Кешірім сұраудың орнына, аталған ұйым басшылығы журналистерге қысым көрсетіп, өздерін әшкерелейтін материалдарды алып тастауды талап еткен, бұл оқиғаны әлеуметтік

желілерде де, баспасөзде де талқыға салды. Шілде айында COVID-19 өршіген кезде компанияның қызметі сәтсіз болғанына қарамастан, мерекелік шаралар ұйымдастырып, марапат тапсырудың не қажеті бар деп орынды наразылық білдірген қоғам өкілдеріне «СҚ-Фармация» өкілдері «жеке лауазымды тұлғалардың жіберген қателігіне қатардағы қызметкерлер кінәлі емес, нәтижелі жұмыс атқарған қарапайым қызметкерлер марапатқа лайық» деген сарында жауап берген. Дегенмен осы ретте стационарларды дәрі-дәрмекпен дұрыс қамти алмаған ұйымның нәтижелі жұмыс деп нені айтып тұрғаны түсініксіз. Коммуникация жүйесінің тоқырап, сын-қатерге төтеп беруге қауқарсыз қалғанына коронадағдарыс тұсында өмірлік маңызы бар дәрілік затты өз ақшасына сатып алуға мәжбүр болған онкологиялық дертті журналист әйелдің сотқа арызданғанына байланысты «СҚ-Фармация» компаниясының реакциясы айғақ. Компания өзін айыпты деп санамады, «СҚ-Фармация» заңгерлері мәлімдегендей, олар науқасқа ешқандай міндетті емес (rus.azattyq.org, 2020). Ұйым өкілдері қалыптасқан жағдайға өкінетінін айтып, науқасқа көңіл білдірсе, бұл құрылымның абырой-беделіне еш зиян келмейтін еді, қайта қоғам наразылығынан хабардар, әрі оны дұрыс қабылдап отырғанын көрсететін еді. Ал бұл жайтқа қандай реакция болу керек екенін анықтау соншалық маңызды емес еді. Осы кейсті талдау аясында, istio бағдарламасының көмегімен «СҚ-Фармация» қызметінің түрлі бағыттарына арналған 5 мақалаға талдау жасадық. Мақалаларды Google.com іздеу нәтижелеріне сай кездейсоқ тәсілмен таңдап алдық.

1-кесте. Іздеу нәтижелеріне семантикалық талдау (іздеу нәтижелері түпнұсқа тілде берілген)³

Мақала мекенжайы	Шыққан күні	Пайдаланған сөздердің Топ 10-дығы
Маркова А.В., «СҚ-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам...	07.08.2020	цена, СҚ-Фармация, Казахстан, закупка, ТОО, зарегистрировать, лекарство, изделие, препарат, тенге
Вааль Т., Ко второй волне коронавируса «СҚ-Фармация» сформирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц	07.08.2020	препарат, тенге, млрд, запас, лекарство, август, лечение, тыс, отгрузка, сумма
Тугжанов посетил склад ТОО «СҚ-Фармация»	15.07.2020	СҚ-Фармация, Тугжанов, лекарство, склад, препарат, ТОО, посетить, ералы, страна, храниться
Антикоррупционная служба начала проверку «СҚ-Фармация».	09.07.2020	СҚ-Фармация, лекарство, год, средство, компания, служба, лекарственный, июль, дистрибьютор, условие
После скандала в «СҚ-Фармация» сменилось руководство...	12.07.2020	июль, глава, СҚ-Фармация, лекарство, председатель, Казахстан, должность, правление, ФСМС, Шарип

³ Ескертпе: kursiv.kz, 2020; vlast.kz, 2020; liter.kz, 2020 сайттарының деректері.

Зерттелген материалдардың мазмұнын есепке алмай, сапалық талдау жүргізсе, «СҚ-Фармация» туралы ұдайы ақпарат шығып тұрғаны анық болады; бұл ретте компания атауы бар тегпен цена/баға, препарат, сумма/сома, лечение/ем деген тегтер қатар жүрген. Мақалалардың шыққан уақыты дәрі-дәрмек тапшылығы болған мерзіммен тұспа-тұс келгенін ескерсек, аталған ұйым қоғам тарапынан болған коммуникацияға деген сұранысқа тиісті дәрежеде жауап бермеген, дәрімен қамтамасыз ету жұмысына емес, бизнеске көбірек көңіл бөлген, осылайша фармация саласындағы бизнес-процестерді жетілдіру керек деген қоғам талабын елеусіз қалдырды деп қорытынды жасауға болады.

Билік пен қоғам арасындағы қарым-қатынастың нашарлауына биліктің қоғам талабына сай икемді болуға, өзгеруге құлықсыз екені сеп болатынын айғақтайтын тағы бір кейс – Нұр-Сұлтан қалалық мәслихаты депутатының дәстүрлі кітапханаларды ескіліктің қалдығы дегеніне байланысты қоғамда болған үлкен талқы. Депутаттың бұл сөзі бірнеше сағаттан кейін интернетте жарияланған жазбадан мәлім болды. Қала басшылығы халық қалаулысының бұл бастамасына еш қатысы жоқ екенін, депутаттың жеке пікірі екенін жеткізуге асықты (ratel.kz, 2020). Еске сала кетсек, мәслихат депутаттары жалақы алмай, қоғамдық негізде қызмет етеді. Депутаттың бұл сөзіне жұрт қатты наразы болды. Соған қарамастан, ол өзін ақтап алуға тырысып, әркіммен пікір таластырудан, қаржы үнемдеу қажеттігін, халықтың оны дұрыс түсінбегенін айтудан жалықпады. Қызмет бабындағы адамның абыройына нұқсан келтіретін теріс қылықтың салдары болуы керек емес пе, алайда осындай ақпараттық хайп етек жайған шақта аталған депутат үгіт-насихат науқанын жалғастырып, праймеризге қатысып, аудан бойынша қорытынды тізімде 32-орынға ие болды (static primaries.kz, 2020).

Пандемия тұсында мемлекеттік билік жүйесінің тиімділігінің төмен екенін аңғартатын үшінші кейс – әсіресе орта және кіші мектеп жасындағы балаларды қашықтан оқыту нәтижелерін бағалау төңірегінде туындаған дау-дамай. БАҚ-та ҚР БҒМ-ға жолданған бірде-бір депутаттық сауал жөнінде ақпарат берілмеді. Мәселен, ҚР Парламенті Мәжілісінің депутаттары И.Смирнова мен Ж.Нұрмамбетова пандемия кезінде мектеп оқушыларына білім беруді ұйымдастыру жүйесінің кемшін тұстарын сөз етіп, жаз мезгілінде қаражат пен тиісті ресурстарды дұрыс бөлмеу мәселесін көтеріп, уақыттың босқа кеткенін, осы оқу жылында Қазақстанның толыққанды жұмыс істейтін білім беру платформасынсыз қалғанын айтқан. Өкілетті ведомствоның берген жауаптарына қарап, осы салада атқарылған жұмыстардың көлемі мен сапасын дұрыс бағалау мүмкін емес. Жауапты тараптың нақты мәлімет беруге, мәселенің мән-жайын ашық айтуға мүдделі емес екені, проблема болса, форс-мажор жағдайына сілтей салуға бейім екені айқын байқалады. Бастысы, ҚР БҒМ тиісті шаралар қолданып, жұмыс істеп отыр, алайда жетістіктер екінші орынға ысырылып, жағымсыз сарындағы хабарлар бірінші орынға шығып жатыр.

Қорытынды

Еліміз алғаш рет төтенше жағдайды бастан өткерген. Бұдан кейін шілде айында локдаун жарияланған соңғы бірнеше айда да ақпараттарды «дұрыс басқармау», дұрыс үйлестірмеу проблемасына тап болғанын мойындау қажет. Салдарынан қоғамда наразылық күшеюде, шектеу шаралары

енгізіліп, вирус жұқтыру қаупі сейілмеген, халықты әлеуметтік қорғау шаралары жеткіліксіз, рецессия мен экономикалық дағдарыс өрістеген кезде шиеленіс өрши түседі.

Коронавирус дағдарысына байланысты мемлекет реакциясынан хабар беретін ақпараттарды зерттеу нәтижесінде белгілі болғандай, қоғам қажет ақпаратты іздеп табу үшін көбіне интернет порталдарға, мемлекеттік органдар сайттарына, мемлекеттік құрылымдардың әлеуметтік желілердегі парақшаларына, ақпараттық бюллетендерге, SMS-хабарларына жүгінеді. Дер кезінде ақпарат тарату үшін де әдетте осы арналар жұмсалады. Бұдан бөлек, уақытында ақпарат беру мақсатымен билік органдары жетекшілерінің блогтары, ресми парақшалары қолданылып, баспасөз конференциялары мен брифингтер өткізіледі.

Ақпарат арналарын ыңғайлы дереккөз деп тануда халықтың жас топтарына қатысты айырмашылықтар бар. Атап айтсақ, пандемия кезінде жарияланып жатқан ақпаратқа 30–45 жас аралығындағылардың көңілі толады. 18–29 жастағылар мен 56–65 жастағылардың ақпаратқа қанағаттану деңгейі төмен. Бұған қоса, әртүрлі қызмет саласындағы респонденттер ақпаратты әртүрлі қабылдайды. Мәселен, ресми сайттар көбіне мемлекеттік қызметкерлер, бюджеттік сала жұмысшыларына ыңғайлы. Әлеуметтік желілердегі парақшаларға ауылшаруашылығы жұмысшылары, мемлекеттік қызметкерлер, жекеменшік компаниялардың жұмысшылары мен БАҚ өкілдері көп кіреді. Сауда мен қызмет көрсету, ауылшаруашылығы саласы жұмысшылары, студенттер мен оқушылар газет пен журналдарды ақпарат таратудың ыңғайлы құралы деп білмейді.

Осылайша модельдеу арқылы ақпараттарды халықтың жас тобына және азаматтардың қызмет саласына қарай үйлестіруді жақсартуға қатысты ұсыныс беруге болады.

Пандемия кезіндегі жалпы ақпарат трендтерін қарастыра отырып, репутация тұрғысынан болған сәтсіздіктер мен жағымсыз коннотациялар пайызының жоғары болғанын атап өткен жөн. Бұл ақпаратты үйлестіру және реттеуде әркелкіліктің болуымен байланысты. Түптеп келгенде, ақпаратты жүйе тұрақтылығын қамтамасыз ететін құралдың бірі деп тану керек, себебі ақпарат тапшылығынан және оның шамадан тыс көп болуынан тепе-теңдік бұзылуы мүмкін. Бұл, өз кезегінде, мемлекеттік механизм сияқты күрделі жүйелердің қалыпты жұмысының бұзылуына, басқару саласының бұрыс жолға түсуіне ықпал етуі мүмкін.

Осы орайда мемлекеттік мекемелердегі ақпарат және талдау құрылымдарының қызметін кеңейту қажеттігі туралы айту орынды. Халыққа мемлекеттің не істеп жатқаны туралы есеп беріп қана қоймай, ақпарат менеджментімен де айналысу керек.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Академия государственного управления при Президенте Республики Узбекистан. www.dba.uz. Соңғы қараған күні 14.10.2020.
2. Provan, K. (2008). «Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness». *Journal of Public Administration Research and Theory*, vol. 18, n. 2, pp. 229-252.
3. Барашев А.Г.(2016). «Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии». *Вопросы государственного и муниципального управления*, № 2, сс.163-194
4. Ситуация с коронавирусом. Официально. www.coronavirus2020.kz. Соңғы қараған күні 15.10.2020.
5. В Алматы озвучили предварительные данные по коллективному иммунитету. www.tengrinews.kz. Соңғы қараған күні 16.10.2020.
6. Воронин Н. «Возможен ли коллективный иммунитет к коронавирусу и имеет ли смысл ждать вакцины?» www.bbc.com. Соңғы қараған күні 17.10.2020.
7. Иммунитет к коронавирусу обнаружили у каждого второго казахстанца. www.pavlodarnews.kz. Соңғы қараған күні 12.10.2020.
8. Токаев К. «Время твое уходит, наступает время разума, науки, знаний, труда» www.informburo.kz. Соңғы қараған күні 14.10.2020.
9. Ишкенова Б. «В нездоровом теле – нездоровый дух: в Казахстане закрываются фитнес-центры». www.lsm.kz. Соңғы қараған күні 10.10.2020.
10. Вебер Е. «В поисках правды. Журналист из Караганды с онкозаболеванием предъявила иск чиновникам» www.rus.azattyq.org. Соңғы қараған күні 16.10.2020.
11. В «СК-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам... www.kursiv.kz. Соңғы қараған күні 10.10.2020.
12. Вааль Т. Ко второй волне коронавируса «СК-Фармация» формирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц». www.vlast.kz Соңғы қараған күні 16.10.2020.
13. Тугжанов посетил склад ТОО «СК-Фармация». www.liter.kz Соңғы қараған күні 16.10.2020.
14. Антикоррупционная служба начала проверку «СК-Фармация»... www.kursiv.kz Соңғы қараған күні 16.10.2020.
15. После скандала в «СК-Фармация» сменилось руководство... www.kursiv.kz Соңғы қараған күні 16.10.2020.
16. Всего одну библиотеку хотят оставить в Нур-Султане. www.ratel.kz Соңғы қараған күні 17.10.2020.
17. Электронное голосование Праймериз 2020. www.static.primaries.kz Соңғы қараған күні 17.10.2020.

МЕДИАДАҒЫ ҚУАТТЫ ӘЛЕУМЕТТІК МЕМЛЕКЕТ БЕЙНЕСІ

Оразай Қыдырбаев

Қазақстанда SARS-CoV-2 вирусын жұқтырған алғашқы науқас тіркелген кезде-ақ елде төтенше жағдай жарияланып, мемлекет басшылығы халықтың әл-ауқаты мен денсаулығы ең басты құндылық екенін, қауіп-қатердің алдын алу үшін жұмыс істеп жатқанын айтып, ақпарат таратып жатты. Мемлекеттік медиа індеттің толық бақылауға алынғанына сендіріп, бірлік пен патриотизмге шақырған үндеу жариялады; жұмысынан айырылған азаматтарға жәрдем көрсетілетінін, экономиканы құлдыратпау мақсатында қосымша қаржы бөлінетінін жарыса айтып жатты. Алайда карантин шаралары жұмсара бастағанда-ақ індеттің таралуы күшейіп, мемлекеттің наурыз-мамыр айларында медиада жарияланған міндеттерін толық орындай алмағаны көрер көзге анық байқалды. Әлеуметтік медиа мен тәуелсіз (мемлекет қаржыландырмайтын) басылымдарда мемлекет қабылдаған шаралар мен ұсынған деректерге күмәнмен қарайтын хабарламалар көбейіп; вирус жұқтырған науқастарға ауруханаларда жатар орынның болмауы, медицина қызметкерлерінің жетіспеуі, дәріханаларда дәрі-дәрмек тапшылығы байқалды.

Бұл зерттеу жұмысында індет тарала бастаған сәтте және белең алған кезде мемлекеттік медианың індеттің алдын алу шараларын қалай көрсеткенін, індетпен күресуші қуатты әлеуметтік ел ретінде мемлекет образын қалай қалыптастырғанын, аудитория сенімін ояту үшін қандай әдістер пайдаланғанын анықтағымыз келеді. Осы мақсатпен «Егемен Қазақстан», «Казахстанская правда» газеттерінде (наурыз-тамыз айларындағы нөмірлерінің алғашқы беті), Қазақстан Республикасы үкіметі жанындағы коронавирустың Қазақстан аумағына таралуына жол бермеу жөніндегі ведомствоаралық комиссияның ресми Telegram-арнасында⁴ және «Qazaqstan», «Khabar TV» телеарнасында жарияланған күнделікті қорытынды жаңалықтарда (наурыз-шілде) COVID-19 індеті және мемлекеттің қауіпсіздік шараларына қатысты әрекет туралы ақпараттың қандай мәнерде және қалай ұсынылғанын сыни дискурс анализ арқылы қарастырмақпыз.

Қазақстан Республикасы әлеуметтік мемлекет ретінде

Қазақстан Республикасының 1995 жылы қабылданған Конституциясында «Қазақстан Республикасы өзін демократиялық, зайырлы, құқықтық және әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтырады, оның ең қымбат қазынасы – адам және адамның өмірі, құқықтары мен бостандықтары» (ҚР

4 Бұдан әрі Telegram-арнаны орыс тіліндегі ресми атауымен атаймыз: «МБК по нераспространению COVID-19».

Конституциясы) деп көрсетілген. Зерттеу жұмысының алғашқы бөлігінде осы жердегі төртінші сипаттама – «әлеуметтік мемлекет» түсінігіне қысқаша тоқталамыз және оған анықтама беріледі. Сондай-ақ Қазақстан Республикасының әлеуметтік мемлекет ретінде жүргізген саясатына, оның ішінде COVID-19 пандемиясы кезіндегі саясатына қысқаша шолу жасалады.

Философияда, саясаттану мен экономикада «әлеуметтік мемлекет» ұғымы төңірегіндегі көзқарастар мен тұжырымдар сан алуан. Бұл ой-көзқарастар әлеуметтік мемлекет ұғымын «әл-ауқат», «тендік», «қажеттілік», «әділдік», «құқық», «этика» секілді түрлі түсініктер және салалармен байланыстыра тұжырымдап, азаматтардың әл-ауқатын жақсартуға ұмтылуды, азаматтардың әл-ауқатын қолдауды немесе әл-ауқаттың, кем дегенде, ең төменгі деңгейімен қамтамасыз етуді – мемлекеттің жауапкершілігі ретінде алға тартады (Hamlin, 2008). Бұл тұжырымдардың барлығы дерлік Британ энциклопедиясының «әлеуметтік мемлекет» ұғымына беретін «Мемлекет немесе жақсы қалыптасқан әлеуметтік институттар желісінің азаматтардың экономикалық және әлеуметтік әл-ауқатын қорғау мен көтеруде шешуші рөл атқаратын басқару тұжырымдамасы» (britannica.com, 2020) деген анықтамасы арқылы бір ортақ нүктеде түйіседі. Ендеше әлеуметтік мемлекет дегенміз – азаматтардың білім алуына жағдай жасау, денсаулық сақтау жүйесімен, тұрғынүймен қамтамасыз ету, кедейлік және жұмыссыздықпен күрес, ауыз су, электр жарығымен қамтамасыз ету, қоршаған ортаны қорғау, қауіпсіздік, зейнетақы және түрлі сақтандыру жүйелерімен кепілдендіру т.б. сынды әлеуметтік қажеттіліктерді басты ұстаным ретінде белгілейтін мемлекет.

Әлеуметтік мемлекет түсінігі сөз жүзінде осындай қарапайым ғана анықтамамен сипатталады. Алайда іс жүзінде көптеген қайшылық, кедергілердің бар екенін жоққа шығаруға болмайды. Қазіргі уақытта өзінің әлеуметтік саясатын жүзеге асыру барысында көптеген мемлекеттің басымдықтары арасындағы шекарасының бұлыңғырлығы, ресурстарының шектеулі болуы және моральдық ұстанымдарға байланысты қарсылыққа тап болып, бірінің үстіне бірі жамалған мәселелер астында қалғаны байқалады. Мысалы, қоршаған ортаның тазалығын сақтау маңызды ма әлде экономикалық өсу маңызды ма? Азаматтарды тұрғын үймен қамтамасыз ету ме әлде баршаға қолжетімді білім беру жүйесін дамыту ма? Әлеуметтік мемлекет жоғарыдағы мәселенің барлығына шешім ұсынуға тиіс болғанмен, бұлардың барлығын бір уақытта іске асыру қиындық тудырады.

Заманауи әлеуметтік мемлекет түсінігі XIX ғасырдың соңы мен XX ғасырдың басында Еуропа және Солтүстік Америка елдерінде қалыптаса бастады. Әлеуметтік мемлекет жүйесінің дамуына британ экономисі Джон Мейнард Кейнстің идеялары зор ықпал еткен. Ол классикалық нарықтық экономикалық жүйенің ресурстарды әділ бөлуге мүмкіндік бермейтінін, нарықтың әлеуметтік проблемаларды өз бетімен шеше алмайтынын алға тартып, мемлекеттің экономикадағы серпінді рөлін және нарыққа араласуын құптаған болатын (Jessop, 2009:107). 1960-70 жылдары Еуропа және Солтүстік Америка елдерінде мемлекеттің нарықтағы үлесі өсіп, әлеуметтік салада көп жауапкершілікті өз мойнына алады. Бұл халықты әлеуметтік қамсыздандыру жолында мемлекетті орасан зор шығынға батырды, ал 1980 жылдардың басында, Иран ислами революциясынан кейін ірі индустриялы мемлекеттерге энергетика ресурстарының

жетіспеуінен туған әлемдік рецессия кезінде, жағдай тіпті күрделене түсті. Осы сәтте неоклассикалық экономика көзқарасы белең ала бастады. Неоклассикалық экономика бойынша мемлекет шығындарды азайтып, экономика дамуы үшін өз жауапкершілігінің бір бөлігін жекеменшік секторға тапсыруы қажет еді. Нәтижесінде Британияда – тэтчеризм, АҚШ-та – рейганомика аталып кеткен неолиберал саясат жүзеге аса бастайды. Бұрын мемлекет бақылауында болған білім мекемелері, ауруханалар, мәдениет үйлері жекешелендіріліп, ақылы қызмет көрсетеді (Eser, Memisoglu, Ozdamar, 2011).

КСРО ыдырағаннан кейін, 1991 жылдан бастап Қазақстан Республикасы мемлекет құрылымын қайта жасақтауға мәжбүр болды. Бұрын одақтас мемлекет болса, енді тәуелсіз ел ретінде өз әлеуметтік саясатын жүргізуі қажет еді. Тоқсаныншы жылдарда Қазақстан экономикасы күрт құлдырап, бүкіл бағыттағы әлеуметтік саясат нашарлайды, алайда 2000 жылдардың басында жағдай оңалып, даму көрсеткіштері жақсара бастайды. Зерттеушілер халықтың әл-ауқатын жақсарту бағытында тоқсаныншы жылдардан бері Қазақстан билігі жүргізген саясат туралы екіұдай көзқараста. Мысалы, Елена Мальцева (2016) Қазақстан билігі әлеуметтік салада жақсы реформа жасап, ұқсас жағдайдағы көршілес Ресей Федерациясына қарағанда оң нәтижесін көріп отырғанын атап өтеді. Оның пайымынша, Қазақстан үкіметінің 1994 жылы бастаған әл-ауқат реформасы елдегі экономикалық жағдайды жақсартып, халықтың жағдайын көтерген: «Әлеуметтік саладағы шығындарды күрт азайту арқылы мемлекет әлеуметтік көмекке құқылы азаматтардың санын азайтты. Бұл шара дағдарыс кезінде бюджетке түсер салмақты жеңілдетіп, қысқа мерзімді мақсаттарға тезірек қол жеткізуге септесті». Сондай-ақ ол президент Нұрсұлтан Назарбаевтың халық менталитетін жақсы түсініп, онтайлы коммуникация орната білгенінің (дискурстарға бақылау жасай білу) де маңызды рөл ойнағанын алға тартады: «Назарбаев қазақ халқы туысшыл әрі жомарт екенін түсіндіріп, мемлекеттен емес, жақындардан қолдау күту қажеттігін айтқан (Maltseva, 2016). Алайда зерттеуші Линда Кук Қазақстанның әлеуметтік мемлекет ретінде жүзеге асырған саясатын Ресей және Польша секілді посткоммунист елдердің саясатымен салыстыра отырып, нәтижесінің оң бола қоймағанын айтады. Кук, тоқсаныншы жылдарда ауруханалардың жаппай жабылуы, бірыңғай медициналық сақтандыру жүйесінің сәтсіздікке ұшырауы, зейнетақы реформасы нәтижесінде азаматтардың орташа зейнетақы мөлшерінің екі есеге жуық төмендегені секілді негатив салдарды атап өткен (2007).

2001 жылы Қазақстан парламентінің бір топ депутаты зейнетақыны қайта есептеу туралы үкімет қаулысының Конституциядағы «әлеуметтік мемлекет» ұстанымына қайшы келетінін, зейнеткерлердің конституциялық құқығының бұзылғанын алға тартып, ҚР Конституциялық Кеңесінен Конституциядағы «әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтыру» тіркесіне түсініктеме беруді сұраған. Конституциялық Кеңес жауап ретінде Қазақстан Республикасы әлеуметтік мемлекет міндетін мемлекеттің шынайы мүмкіндіктеріне сәйкес орындауға тырысатынын айтады (adilet.zan.kz). Бұл жауап – мемлекеттің Конституциядағы «әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтыру» тіркесіне қандай мағына бергенін көрсететін жалғыз ресми құжат.

Қазақстан Республикасы әлеуметтік саясатын COVID-19 пандемиясы кезінде де жүзеге асыруға тырысып бақты. Атап айтқанда, шағын және орта бизнесті қолдау, халықты жұмыспен қамту, медицина қызметкерлеріне

үстемақы төлеу және жұмысынан айырылған азаматтарға ең төменгі жалақы – 42500 теңге мөлшерінде жәрдемақы беру секілді шараларды қолға алды (primeminister.kz, 2020; primeminister.kz, 2020a). Сонымен қатар инфекцияның таралуын тежеу үшін экономикаға зор соққы болғанына қарамастан, төтенше жағдай жариялап, қашықтан оқытуды енгізуін, түрлі мемлекеттік қызметтерді онлайн форматқа көшіруін әлеуметтік саясат ретінде атай аламыз. Себебі бұл шаралар халықтың қауіпсіздігін қамтамасыз үшін қабылданған болатын.

Медиадағы мемлекет бейнесі және сыни дискурс анализ

Қазақстан үкіметі пандемия кезінде жүзеге асырған әлеуметтік саясатын мемлекеттік медиа арқылы халыққа жеткізуге аса зор ынтамен кірісті. Медиа арқылы таратылатын ақпаратты бейтарап, шынайы хабар ретінде ғана емес, сонымен қатар идеологиялық астары бар, дискурспен көмкерілген және белгілі бір шеңбер аясында (*framing*) таратылған хабар ретінде де қарастыруымызға болады. Маркстың идеология көзқарастарынан бастау алатын медиа және мәдениет зерттеулеріндегі сыни парадигманы ұстанушылар масс медианың үстем мүдделерге қызмет ететінін алға тартады. Сыни теорияға тән ұстаным бойынша, масс медиа ұсынатын хабарлар билеуші үстем таптың (немесе элитаның) бұқара халыққа өктемдігін сақтап қалуына қызмет ететін, оқырман санасын қалыптастыратын идеологиялық мәтін болып саналады (Lichter, 2017). Яғни медиа арқылы ұсынылған хабарламаның идеологиялық астары бар және әрбір хабарлама идеологиялық мазмұнмен байытылған. Ал мұндай мазмұндарды медиа қожайындары, медианы қаржыландырушылар және ақпарат өндірісіне қатысатын медиа кәсібилері қалыптастырады. Олай болса, Эдвард Херман мен Ноам Чомский айтып өткендей, байлық пен билік теңсіздігі бұқаралық ақпарат құралдарының мүдделері мен таңдауларына қатты әсер етеді. Медиа үстем элитаның мүддесіне қызмет етіп, аудиорияға өзін қаржыландырушылардың ойын таңып, көзқарасын ұсынады (Herman & Chomsky, 2008, 60-61).

Біздің зерттеу нысанамыз ретінде алынып отырған бұқаралық ақпарат құралдары – Telegram-арна, газеттер мен телеарналардың барлығы мемлекет тарапынан қаржыланады; олар мемлекет иелігінде болғандықтан, мемлекет тарапынан бақыланады. Демек, бұл басылымдар таратқан хабарламалар мемлекеттің ұстанымы мен көзқарасынан ауа жайылып, шектен шықпайды. Осы басылымдар арқылы мемлекет өз-өзіне репрезентация жасаған болады. Бұл ретте мына мәселеге назар аударуымыз керек: Мемлекет атынан мәлімдеме жасап, мемлекет атынан шешім қабылдау құзыреті мемлекетті басқарып отырған саяси элита мен атқарушы билік өкілдерінің қолында. Демек, мемлекет ұстанымы немесе көзқарасы туралы айтқан сәтте біз саяси элита мүшелерінің ұстанымы мен көзқарасы туралы айтқан боламыз. Олай болса, COVID-19 індеті кезінде Қазақстан атқарушы билік органдары мемлекеттік медиа арқылы Қазақстан Республикасын қандай бейнеде қабылдануға тырысты? Қазақстан Республикасы өз-өзін әлеуметтік мемлекет ретінде қалай репрезентациялады? Бұл сұрақтарға жауап табу үшін сыни дискурс анализ әдісіне жүгінетін боламыз.

Сыни дискурс анализ – Луи Альтюссердің идеология теориясынан, Антонио Грамшидің гегемония концепциясынан, сондай-ақ Франкфурт мектебі ойшылдарының философиялық көзқарастары мен Мишель

Фуконың дискурс ілімінен, Михаил Бахтиннің жанрға байланысты тұжырымдарынан дамып жетілген, XX ғасырдың соңына қарай Норман Фэркло, Рут Водак, Теун ван Дейк секілді бір топ зерттеуші өрістеткен, жаңа бір бағыт ретінде қалыптасқан анализ түрі (Тичер жб., 2009:195-196). Өз аясында түрлі бағытта зерттеу жүргізгенмен, сыни дискурс анализ парадигмасын «зерттеу тақырыбының әлеуметтік мәселеге бағытталуы, интердисциплинар және эклектикалық, сондай-ақ сыни тұрғыда болуы біріктіреді. Макс Хоркхаймер сыни теориядағы «сыни» ұғымын зерттеудің қоғамды сынға ала отырып, оны түзетуге бағытталуы ретінде түсіндірген. Осылайша ол сыни теорияны қоғамды түсіну немесе түсіндіруді мақсат еткен дәстүрлі теорияға қарсы тұжырым ретінде ұсынады (Wodak & Meyer 2009:3-4). Сыни теориядан бастау алатын сыни дискурс анализ әдісі де медиадағы нәсілшілдік, дискриминация, билікті асыра пайдалану секілді мәселелерді қарастырады. Юрген Хабермастың тұжырымымен айтар болсақ, зерттеуші қызығушылығын қолдай отырып, идеологиямен «ластанған» дискурстарды әшкерелеп, оның орнына рационал дискурстар ұсынады. Осының нәтижесінде масс-медиа арқылы жүзеге асатын коммуникация Хабаремастың түсінігіндегі утопиялық билік қатынасы болып саналатын «идеалды ауызекі жағдаятқа» (*ideal speech situation*) бір табан жақындайды (Тичер жб., 2009:196).

Сыни дискурс анализ парадигмасы бойынша тілдік қолданыс идеологиялық болуы мүмкін, ал оны анықтау үшін мәтінге талдау жасап, интерпретациялық зерттеу жүргізу керек. Қарапайым дискурс анализ интерпретатив және түсіндірмелі әдіс болса, сыни дискурс анализ интерпретациямен қатар, мәтін мен әлеуметтік жағдаят, идеология мен билік қатынасын қоса қарастырады. Сыни дискурс анализде билік қатынастары дискурспен тікелей байланысты қолданылады. Яғни сыни дискурс анализ дискурстағы билік пен дискурс «үстіндегі» билікті зерттейді. Норман Фэркло дискурсты «тілдің әлеуметтік тәжірибе ретінде қолданылуы» деп сипаттаған (Тичер жб., 2009:198).

Мақаламыздың келесі бөлігінде жоғарыдағы тұжырымдамаларға сүйеніп, медиадағы Қазақстан Республикасының бейнесін анықтап көрмекпіз. Бұл үшін мәтіннің морфологиялық ерекшелігі мен құрылымына (бет нөмірі, жаңалықтағы реті, көлемі, тақырыбы, т.б.), акторларға, тілдік риторика мен дискурсив стратегияларға (нақты бір мақсатқа жету үшін әлеуметтік акторлар жүзеге асырған манипулятив әдістер), мәтін жарияланған сәттегі саяси-әлеуметтік жағдаяттарға (мәтіннің қашан, қайда, кімге жарияланғаны) назар аударғымыз келеді.

Қазақстан Республикасының медиадағы қуатты әлеуметтік мемлекет ретіндегі бейнесі

Өткен ғасырдың 80-жылдары британ медиасының әл-ауқат, кедейшілік бейнесін қалай және қанша жиілікте көрсеткенін зерттеген Питер Голдинг және Сью Миддлтон медианың біржақты хабар таратып, жаңсақ көзқарас қалыптастырып отырғанын алға тартады. Мысалы, медиа кедейліктің себебі болып отырған неолиберал саясатты сынаудың орнына «жалқау» кедейлерді айыптаған. Ал әлеуметтік сақтандыру туралы хабарлардың басым бөлігі алаяқтықпен жәрдемақы алған, әлеуметтік сақтандыруды заңсыз пайдаланған адамдар мен оларға қозғалған қылмыстық істерге арналған. Зерттеушілер мұндай хабарлар әлеуметтік жағдайы төмен

жандар жөнінде жағымсыз пікірдің қалыптасуына себеп болады деп тұжырымдайды (Golding & Middleton, 1982:72-82).

Ал Веймин Чжан Қытай мемлекеттік медиасы 2008 жылы болған ондағы жер сілкінісінен кейін апат салдарын ұлтшыл-патриоттық дискурс тудырып жойғанын айтады. Яғни мемлекет апат салдарымен күресе отырып, ұлтшыл-патриоттық дискурстар арқылы өзі туралы жағымды образ қалыптастыруға тырысқан (Zhang, 2015).

Мемлекет қаржыландыратын Қазақстан медиасы да COVID-19 кезінде шындықты бұрмалай, қуатты әлеуметтік мемлекет бейнесін қалыптастыруға тырысты деп топшылаймыз. Демократиялық емес басқару жүйесінде билік иелері жақтастарының санын арттырып, көпшіліктің келісімін алып, өктемдігін заңдастыру үшін әділ сайлау емес, патриотизм, ұлтшылдық секілді эмоциялық дискурстарды пайдалануы мүмкін (Kudaibergenova, 2019). Біз Қазақстан үкіметінің COVID-19 пандемиясы кезінде жүзеге асырған іс-әрекеттерінің медиадағы көрінісін өз билігін заңдастырып, азаматтардың ризалығына бөлену үшін жасалған амал ретінде қарастырмақпыз. Мемлекет атынан әрекет етіп отырған саяси атқарушы билік азаматтарға жәрдемдесіп, олардың игілігін ойлайтын мықты әлеуметтік мемлекет образын қалыптастырып, өз өктемдігін легитимацияламақ болды. Біз мемлекеттің жағымды образын қалыптастырудың қалай жүзеге асқанын анықтау үшін мемлекеттік медианың 1) Қазақстанда вирус жұқтырған алғашқы науқас тіркеліп, төтенше жағдай жарияланған аптада; 2) Төтенше жағдай аяқталып, карантин шаралары жеңілдетіле бастаған аптада; 3) Жағдай ушығып, қайта қатаң карантин шарасы қолға алынған аптада жариялаған материалдарын қарастыратын боламыз.

1. Төтенше жағдай жарияланған кезде медиа ұсынған әлеуметтік Қазақстан бейнесі

Қазақстанда SARS-CoV-2 вирусын жұқтырған алғашқы науқас 13 наурыз күні тіркелді. Президент Қасымжомарт Тоқаевтың 15 наурыздағы жарлығымен 16 наурыздан бастап ел аумағында 1 ай төтенше жағдай режимі жарияланды. 15 сәуірде аяқталуға тиіс төтенше жағдай 11 мамырға дейін ұзартылды. Карантин талаптары жеңілдетілген соң, елдегі эпидемиологиялық жағдай бақылаудан шығып, 5 шілдеден бастап қатаң карантин режимі қайта енгізілді.

Алғашқы науқас 13 наурызда анықталып, төтенше жағдай 16 наурызда жарияланғанын ескере отырып, біз 10-18 наурыз аралығында мемлекеттік медиа ұсынған контентке шолу жасадық. Осы кезеңде пандемия салдарынан мұнай бағасы күрт құлдырап кеткен еді. Бұл жағдай мұнай шикізатына тәуелді Қазақстан экономикасына ауыр соққы болды, сол себептен жаңалықтарда COVID-19 инфекциялық емес, экономикалық қауіп ретінде көрсетілді. Егемен Қазақстан және Қазақстанская правда газеттерінің басқы беттерінде 10-13 наурыз аралығында індетке байланысты ешқандай хабар жоқ, ал 2-3-беттерде экономикалық тұрақтылық, Қытаймен арадағы сауда-саттықтың тоқтамайтыны, мемлекеттің барлық әлеуметтік міндеттемені орындайтыны, зейнетақы мен жәрдемақы уақытында берілетіні туралы материалдар жарияланған (Егемен Қазақстан, 2-бет: «Нарықтық дүрбелеңге жол берілмейді»).

13 наурыздан бастап, індет туралы хабарландырулар бас бетке шыға бастады. Біз зерттеп отырған 2 газеттің де бас бетіне Тоқаевтың үкімет отырысын өткізіп, сақтық шараларына ерекше көңіл бөлу керегіне тапсырма бергені айтылады. Казахстанская Правда газетінің бірінші бетіне «мемлекеттік бюджет пен медициналық сақтандыру қорынан елдегі әрбір тұрғынға бөлінетін жылдық шығыны – шамамен 100 000 тг» деген үлкен визуал мәтін жарияланды. Ал Qazaqstan телеарнасындағы Aqparat бағдарламасында азық-түліктің жарты жылдық қоры бар екені, мемлекеттің бизнеске қолдауының артатыны айтылады. Khabar TV телеарнасы індетке экономикалық тұрғыдан баға беріп, Тоқаевтың Ұлттық Банк басшысын қабылдағаны туралы хабарлады (Khabar TV, 11 наурыз, қорытынды жаңалықтар). Telegram мессенжерінде 23 ақпан күні ашылған «МВК по нераспространению COVID-19» арнасы сәт сайын әлемде болып жатқан эпидемиологиялық жағдаят пен еліміздегі үкімет шешімдері жөнінде ақпарат таратты.

Дәстүрлі медиадағы хабарлар сын есімдер, жүргізушінің, сарапшының пікірлері арқылы субъектив сипат алды. Мысалы, Егемен Қазақстанның 13 наурыздағы нөмірінде «Үкімет нақты шешімдер қабылдады» тақырыбымен шыққан хабарламада хабарлаушы «нақты» сын есімін қолданып, қабылданған шешімге өз бағасын берген. Қазақ тілінде «нақты» сөзі «дәл», «тура», «айқын» мағынасын білдіріп, көбіне позитив түсінікте қолданылады (Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі, 615). Яғни осы сөзбен үкіметтің жағымды имиджін қалыптастыруға тырысқан. Ал Telegram-арнадағы жазбалар хабарлы сөйлем түрінде, ресми стильде және нақты фактілер көрсетіліп берілген. Сол себепті Telegram-арнадағы материалдар салыстырмалы түрде бейтарап сипатқа ие.

Төтенше жағдай енгізілген сәт – 16-18 наурыздан бастап, мемлекеттік басшылардағы барлық хабарлама пандемияға: шұғыл әрекет ету штабының отырысы, төтенше жағдай режимі жайлы түсіндірмелер, мемлекеттің азық-түлік, дәрі бағасын бақылауы т.б. тақырыптарға арналды. Бұл хабарламаларда Қазақстан Республикасы азаматтарының әл-ауқатын ойлайтын және халық алдындағы міндеттерін орындайтын күшті әлеуметтік мемлекет ретінде көрсетілді. «Мемлекет» әлеуметтік салаға қатысты уәде беріп, ешкімнің қолдаусыз қалмайтынын айтып жатты. Бұл уәделер мемлекеттік медиа арқылы көпшілікке ұсынылған президент үндеуінен де байқалды. Президент Тоқаев Қазақстан халқына арнаған Үндеуінде жұмыссыздықтың алдын алуға бағытталған шаралар қабылданатынын, азық-түлік бағасы бақылауда болатынын, дәрі-дәрмек пен медициналық құралдар жеңілдетілген бағамен сатылатынын, бизнестің дамуына баса мән берілетінін айтты (Егемен Қазақстан газеті, 17 наурыз).

Бұл кезеңде медиа мемлекеттің екі бағыттағы – экономика және денсаулық сақтау бағытындағы саясатын ерекше атап көрсетті. Баршаға қолжетімді білім беру жүйесімен қамтамасыз ету әлеуметтік мемлекет міндеттемелерінің бірі болғанмен, мемлекеттің бұл саланы қалай қамтамасыз еткені/ететіні талқыланбай қалған. Білім беру мекемелерінің 16 наурыздан бастап қашықтан оқытуға көшетіні бірер мәрте ғана айтылады (Егемен Қазақстан, 13 наурыз).

Сонымен қатар Президент Тоқаевтың төтенше жағдай жарияланған күнгі үндеуінде айтқан (бұл үндеу мемлекеттік медиа арқылы барлық жерде жарияланды) және Twitter парақшасына жариялаған #BizBirgemiz тіркесі қазақстандықтардың патриоттық сезімін оятып, халықты

біріктіретін ұран ретінде пайдаланылды. Бұл ұран негізінде кейін Қайырымдылық акциясы ұйымдастырылып, Khabar TV арнасы тарих (қиын-қыстау заманда ғұмыр кешкен ата-бабалар – көне түркілер) пен қазіргі кезді (пандемияға қарсы бірігіп, вируспен күрескен Қазақстан қоғамы) байланыстыра көрсететін, бірлікке шақыратын пропаганда сипатында бейнебаян шығарды. Осылайша Президент сөзі «әлеуметтік әрекет» туғызды. 2019 жылғы Президент сайлауынан кейін халық наразы болған Президент Тоқаев пен Қазақстан үкіметінің пандемияны халық сенімінен шығып, билігін легитимациялау үшін қолданғанын байқауға болады.

2. Төтенше жағдай аяқталған сәттегі медиа ұсынған әлеуметтік Қазақстан бейнесі

Қазақстандағы төтенше жағдай 11 мамыр күні аяқталып, карантин талаптары жеңілдетіле бастады. Біз төтенше жағдай аяқталған кезең ретінде 7-15 мамыр аралығындағы медиа хабарламаларын қарастырдық. Бұл кезеңде Қазақстанда пандемиямен бірге басқа да мәселе туған еді. Соның бірі – Мақтааралдағы су тасқыны. Сондай-ақ 7 мамыр – Отан қорғаушылар күні, 9 мамыр – Ұлы жеңіс мерекесі бас тақырыпқа айналды. Сондықтан да болар осы апталарда індет туралы көп айтылмай, аяқасты туған мәселе мен ұлық мейрамдарға назар аударғаны байқалады.

Мемлекеттік газеттер – Егемен Қазақстан, Казахстанская Правда, мемлекеттік телеарналар – Qazaqstan және Khabar TV телеарналарының осы кезеңдегі хабарларында жергілікті атқарушы билік өкілдерінің эпидемиологиялық жағдайдың тұрақтанғаны жөніндегі есептері, мемлекет өмірінің төтенше жағдайдан қалыпты өмірге көшіп жатқаны туралы жаңалықтар бірінен соң бірі беріліп жатты. Мысалы, «Жағдай тұрақталып келеді» (Qazaqstan телеарнасы қорытынды жаңалықтары, 5 мамыр), «Предприятия региона, которым разрешили работать в условиях ЧП постепенно входят в рабочий ритм» (Төтенше жағдай кезінде жұмыс істеуге рұқсат берілген өндіріс мекемелері біртіндеп жұмыс ритміне көшіп келеді) (Казахстанская правда, 6 мамыр). Президент, премьер-министр, т.б. атқарушы билік өкілдері төтенше жағдай кезінде істелген жұмыстарды тізбелеп көрсетіп жатты (қанша адамның жәрдемақы алғаны, салықтан босату, несие жеңілдіктері т.б.). «МВК по нераспространению COVID-19» Telegram-арнасы елдегі науқастар мен аурудан жазылып шыққан адамдар туралы ақпаратты сәт сайын жариялаумен болды. Бұл кезеңді мемлекеттің азаматтарға есеп беріп, төтенше жағдай басталған сәтте берген «уәделерін» орындағанын дәлелдеген кезең деп қарастырсақ та болады.

Мемлекеттің дұрыс әлеуметтік саясат ұстанғаны төтенше жағдай кезіндегі іс-әрекеттерді түсіндіру арқылы ғана емес, көрші мемлекет басшыларының жылы лебізі арқылы да айтылып жатты: Егемен Қазақстан газетінің 9 мамыр күнгі санында РФ президенті Путин мен Тоқаевтың телефон арқылы әңгімелескені, Путиннің Қазақстан үкіметінің жұмысына (халыққа, бизнеске қолдау көрсету, дер кезінде шешім қабылдау) оң баға бергені жазылған. Ал 14 мамыр күнгі нөмірде Қазақстанның дер кезінде көрсеткен көмегі үшін Қырғызстан президентінің алғыс айтқаны жарияланды. Бұл сәтте мемлекеттік медиада экономика саласындағы әлеуметтік саясат: төтенше жағдайдан кейінгі экономиканы қалпына

келтіру бағдарламалары, жұмыссыздықпен күрес жобалары, бизнесті қолдау шаралары көбірек таныстырылды (Егемен Қазақстан, 14 мамыр).

Төтенше жағдай аяқталатын тұста Qazaqstan және Khabar TV эфирлерінде санитария талабын бұзған азаматтар туралы бірнеше сюжет көрсетілді. Егемен Қазақстан газетіндегі 11 мамыр күнгі «Аурудан айыққандар қатары 2 мыңға таяды» атты хабарламада тілші «...Денсаулық сақтау министрлігінің коронавирусқа байланысты жасаған болжамдары үнемі дәлме-дәл келіп жатпаса да, мемлекет қабылдаған нақты шаралардың нәтижесінде жалпы ахуалдың салыстырмалы түрде қанағаттанарлық екенін айта кеткен жөн... ..Инфекцияның таралу жылдамдығының бәсеңдегені көңіл қуантса да, бұл індеттің 11 мамырдан кейінгі тағдыры енді біздің тәртібімізге байланысты болады, ағайын» деп аяқтайды. Бұл мәтінде автор мынадай ой ұсынып отыр: олар – мемлекет, үкімет, билік осы уақытқа дейін жағдайды бақылап, жақсы еңбек етті. Олар өз жауапкершілігі үдесінен шыға білді. Енді біз – халық, қарапайым азаматтар, бағынушылар кейінгі жағдаятқа жауаптымыз. Осылайша медиада індетпен тиімді күресіп, жағдайды бақылауда ұстай алған, халқына жәрдемескен қуатты мемлекет образы қалыптастырылып, төтенше жағдай басталғалы бері арқалап келген жауапкершіліктің бір бөлігі бұдан әрі (азаматтардың карантин талаптарын сақтап, денсаулығын күту арқылы) халықтың өзіне артылатыны түсіндірілді.

3. Қайта карантин жарияланған сәтте медиа ұсынған әлеуметтік Қазақстан бейнесі

Карантин талаптары жеңілдетілгеннен кейін елдегі эпидемиологиялық жағдай күрт нашарлап кетті. Мемлекеттік денсаулық сақтау басқармалары науқастарды симптомды-симптомсыз деп екі топқа бөлді. Бұл әрекеті індет статистикасының бұрмалануына жол ашып берді. Дүниежүзілік Денсаулық сақтау ұйымының ұстанымы бойынша, ағзасынан коронавирус жұқпасы анықталып қайтыс болған барлық науқас коронавирустан қайтыс болды деп жазылуға тиіс-тін (who.int). Бірақ Денсаулық сақтау басқармалары қайтыс болған ковид-науқастардың әрбіріне жеке сараптама жасап, өлім себебін анықтауға тырысты. Осының нәтижесінде коронавирус жұқтырып қайтыс болған адамдардың саны шынайы өмірдегі статистикадан әлдеқайда аз болып көрінді. «MBK по нераспространению COVID-19» Telegram-арнасында маусым айынан бастап науқастар мен сауығып шыққан адамдар жөніндегі ақпараттың ұсыну формасы өзгерді: науқастар санын симптомды және симптомсыз деп бөліп көрсете бастады. Соңғы тәулікте неше адамнан коронавирус инфекциясы анықталғаны туралы хабар тәулігіне бір мәрте – таңертең, ал сауыққан адамдар туралы хабар – түстен кейін бірнеше сағат сайын жарияланып отырды. Науқастанғандар жайлы хабар таңертең, инфекциядан айыққандар туралы хабар күні бойы жарияланғандықтан, емделіп шыққан адамдардың саны аз болғанмен, науқасқа шалдыққандардан көп секілді көрінді. Мысалы, 8 маусым күні Telegram-арнада таңертең 165 симптомды (жарияланған уақыты – 08:00) және 313 симптомсыз (жарияланған уақыты – 08:59) науқас анықталғанын хабарлады. Ал 3 мәрте: түс ауа (жарияланған уақыты – 15:59) – 108 адам, кешкі уақытта (жарияланған уақыты – 19:14) – 73 адам, түнге қарай (жарияланған уақыты – 21:39) – 180 адамның сауыққанын жазды.

Деректердің бұрмалануы, Денсаулық сақтау саласында дұрыс басқару жүйесінің болмауы – індеттің таралуын бақылаудан

шығарып алуға негіз болды. Осы кезеңде Қазақстанда «беймәлім» пневмония таралып жатқаны туралы алдымен Қытай елшілігі хабарлап, кейін ДДСҰ назар аударып, алаң білдірді (dw.com, 2020).

14 маусым күні денсаулық сақтау министрі Ержан Біртановтан коронавирус инфекциясы анықталып, ауруханаға жатқызылды (inform.kz, 2020). Ал 25 маусымда оның орнына Алексей Цой Денсаулық сақтау министрі болып тағайындалды (primeminister.kz, 2020b). Осы сәтте ауруханаларда орын тапшы, ал дәрі-дәрмек пен медицина қызметкерлерінің жетіспейтіні – бұрын көлегейленіп келген мәселелер су бетін көлкіп шыққан май секілді көрініп қалды. Тіпті ауруханаларда ауызсу мен оттегі баллондарының жеткіліксіз екені белгілі болды. Мұндай ауыр жағдайдан кейін Қазақстан билігі 5 шілдеден бастап ел аумағында екі апталық карантин жариялады. Ал 13 шілдені күнтізбеде қаралы күн деп белгіледі (dw.com). Біз зерттеуімізде 2-9 шілде аралығындағы мемлекеттік медиада жарияланған хабарламаларды қарастырдық.

Қазақстанда карантин шаралары қайта қатаңдатылатынын президент Тоқаев Twitter парақшасында хабарлаған болатын. Кейін мемлекеттік медиада Президенттің бұл шешімі – ең дұрыс шешім деген сарында сарапшылар мен қоғам қайраткерлерінің пікірі жарияланды. Qazaqstan арнасының 3 шілде күнгі жаңалықтар бағдарламасында «Қоғам белсенділері қатаң карантин шараларын қолдайды» тақырыбымен сюжет берілді. Бұл сюжетте еңбек сіңірген қоғам қайраткерлері – Роза Рымбаева, Жұбаныш Жексенұлы, Ұлжан Байбосынованың, «Өмір тынысы» қоғамдық бірлестігінің төрағасы – Жәнібек Оспановтың халықты карантин талаптарын сақтауға шақырып, үкімет шараларын қолдаған пікірі берілген. «Президентіміз Қасым-Жомарт Тоқаевтың карантинге қатысты қабылдаған шешімі өте орынды, дұрыс және уақытылы деп ойлаймын» – дейді Жұбаныш Жексенұлы.

Дегенмен мемлекеттік медиа бұл кезеңде елде болып жатқан жағдайды барынша шынайы көрсетті: Ауруханадағы орын тапшылығын, жағдайдың қиын екенін, дәрі-дәрмек жетіспеушілігін ашық баяндады. Бірақ бұл мәселелерді айтқаннан кейін немесе айтпас бұрын мемлекеттің проблеманы бақылауға алғанын, індетпен күресіп жатқанын да білдіріп отырды. Qazaqstan телеарнасының 3 шілде күнгі қорытынды жаңалықтарында «Дәрігерлер жұмыс істеуден бас тартты» тақырыбында бір сюжет көрсетіледі. Бұл сюжетте ауруханада санитария нормаларының сақталмауы мен қорғаныш костюмдерінің жарамсыздығына байланысты дәрігерлердің жұмыстан кетіп жатқаны айтылған. Телеарна мәселені көрсеткенмен, бұл мәселеге тікелей жауапты Денсаулық басқармасы өкілдерін тергемейді, оларға сұрақ қоймайды. Оның орнына келесі сюжетте ауруханалардың жас мамандарды жұмысқа алып жатқанын көрсетіп, проблеманы шешілгендей сипата көрсетеді (Qazaqstan телеарнасы, 3 шілде қорытынды жаңалықтары). Осылайша медиа індетпен күресіп, алайда проблеманы шеше алмай жатқан, азаматтарының қауіпсіздігін ойлайтын әлеуметтік мемлекет образын қалыптастырды. Мысалы, Егемен Қазақстан газетінде жарияланған «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат» атты мақаланың кіріспесінде мынадай сөйлем кездеседі: «...Жер шарын мазасыз күйге түсірген атышулы індеттің алдын алу мақсатында мемлекет тарапынан тиісті шаралар қабылдануда. Алайда соған қарамастан елімізде індет жұқтыру дерегі көбейіп отыр...» (7 шілде).

Мемлекеттік медиа COVID-19 індетінің ушығуының себебі ретінде атқарушы биліктің сақтық шараларын дұрыс ұйымдастыра алмауы, пандемияға жоғары деңгейде дайындық болмағаны деп көрсеткен жоқ. Оның орнына карантин талаптарына бағынбайтын, дәрі-дәрмекті қажет мөлшерден артық сатып алатын, сонымен қатар алыпсатарлықпен айналысатын халықты айыптады. Мысалы, Егемен Қазақстан газетіндегі «Жау жағадан алғанда... Жағдайды алыпсатарлар да ушықтырып отыр» атты материалда бар ауыртпалыққа алыпсатарлар кінәлі секілді (8 шілде). ШҚО әкімі Даниал Ахметов «мәселе – өзімізде» деген эмоциялық сөзімен (Qazaqstan арнасы қорытынды жаңалықтар, 8 шілде) індеттің кең таралуына «тәртіпке бағынбаған өзіміз кінәлі» деп, өзін де халықтың бөлшегі ретінде көрсетіп, отандастарын айыптайды. Qazaqstan арнасының 7 шілдедегі қорытынды жаңалықтар анонсын жүргізуші мынадай сөйлеммен бастайды: «Ақша – бар, дәрі – жоқ, тест – тапшы. Неге?» Артынша алыпсатарлардың ұсталып, жазаға тартылғаны туралы сюжет көрсетіледі де, жоғарыдағы риторикалық сұраққа өзінше жауап береді: Бәріне халық ішінен шыққан алыпсатарлар кінәлі. Бірақ медиа кәсібилері Қазақстандағы ірі дәріхана желілеріне кімдер иелік ететінін тергеп, олардың кім екенін анықтамайды.

Саяси билік иелері осы сәтте мәселені шешуші тұлға ретінде көрсетілді. Мысалы, Денсаулық министрінің дәрі бағасын бақылауда ұстап отырғанын айтуы (Qazaqstan арнасы жаңалықтары, 2 шілде), Казахская Правда газетіндегі «Ответственность правовая и моральная» (Құқықтық және моральдық жауапкершілік) атты мақалада құқық қорғау органдарының алыпсатарларды анықтап, жазалай бастағанын хабарлауы (Казахская правда, 8 шілде) осы сөзіміздің айғағы іспеттес.

Қазақстанда наурыз айында төтенше жағдай енгізілген сәтте мемлекет азаматтарға көбіне экономика мен қаржыға байланысты уәде берді (азық-түлік бағасының тұрақтылығы, салықтан босату, т.б.). Ал шілде айындағы карантинде Денсаулық сақтау саласына байланысты көп уәде беріп, тиісті шаралар қабылданатынын айтумен болды (тегін дәрі, тапшы медицина құралдарын жеткізу, дәрі бағасын тұрақтандыру, т.б.). Сонымен қатар бұл аралықта мемлекеттік медианың күн тәртібінде індеттен басқа тақырып – Қазақстан Республикасының тұңғыш президенті, Ұлттық Қауіпсіздік Кеңесінің төрағасы Н. Назарбаевтың туған күні тақырыбы да көтерілді. Қазақстандағы індет салдарынан туған аса ауыр жағдайға қарамастан, 6 шілде күні мемлекеттік медиа пандемия тақырыбын жауып қойғандай болды. Дәл осы күні бұрынғы президент Н.Назарбаевтың туған күні өткен болатын. Егемен Қазақстан газетінің 5 шілде күнгі санында коронавирус сөзі 37 рет, covid-19 сөзі 8 мәрте кездессе, 6 шілде күнгі санында корона-вирус – 3 рет, ал covid-19 сөзі бір де бір рет кездеспеді. Керісінше, бұл күнгі санда Н. Назарбаевтың саяси қайраткерлігі туралы материалдар мен құттықтау хаттар жарияланды. 3 рет кездескен «коронавирус» сөзінің біреуі «...коронавирус инфекциясымен күрескен Елбасы Нұрсұлтан Әбішұлы азаматтық ерліктің үлгісін көрсетті. Карантин жағдайында оқшаулануға қарамастан, ол елдегі жағдайды жіті бақылауда...» деген мадақ сөздер арасында беріліп, Н.Назарбаевтың бейнесін ашу үшін пайдаланылған. Ал Qazaqstan арнасының 2 шілдедегі қорытынды жаңалықтары 30 минут көлемінде болса, соның 10 минуты Қ. Тоқаевтың Тұңғыш Президент Н. Назарбаевқа арналған мақаласын көрсетуге арналған. Осылайша, Қазақстан мемлекеттік медиасы елдегі қиын ахуалға қарамастан, Тұңғыш Президенттің маңызды образын көрсетуді ұмытқан жоқ.

Бұл кезеңде мемлекеттік медиа шетелдегі індет туралы да хабарлап отырды. Мұндай хабарлардың көп бөлігінде пандемиямен тиімді күресіп, жетістікке жеткен елдер емес, Қазақстан сияқты ауыр жағдайға тап болған мемлекеттер көрсетіледі. Мәселен, Бельгиядан жасалған репортажда жергілікті тұрғынның дәріханада бетперде болмағандықтан, қолдан маска тігіп алғанын хабарлайды (Qazaqstan арнасы жаңалықтары, 3 шілде). 7 шілде күнгі жаңалықтарда Өзбекстан мемлекет шекарасын жауып, өзбек азаматтарының Қазақстан аумағында қалып қойғаны, ол азаматтарға Қазақстан үкіметінің қамқорлық көрсеткені айтылады. Мұндай сюжеттер көмегімен Қазақстандағы жағдай басқа елдерде де болып жатқаны, пандемия зардабын өзге елдер де тартып жатқаны көрсетіліп отыр. Зерттеуші Теун ван Дейк медиа мәтіндеріндегі нәсілшіл дискурстардың жасалу әдістерінің бірі ретінде өз-өзін мақтау (*self-glorification*) мен өзгелерді төмендетуді (*derogating to others*) атап көрсеткен (van Dijk, 2001). Бұл әдістер көмегімен хабарлаушы нәсілшіл дискурс тудыра отырып, өктемдігін іске асырады. Ван Дейктің осы әдістемесін назарға алар болсақ, мемлекет Өзбекстан азаматтарына жәрдемдескенін және өзге елдерде де жағдай ушыққанын хабарлай отырып, өзін үстем көрсетуге тырысты деп тұжырымдай аламыз.

Қорытынды

Қорыта айтқанда, Қазақстан атқарушы билігі, медиа қожайындары мен кәсібилері мемлекеттік медиа арқылы COVID-19 пандемиясы кезінде Қазақстанды күшті әлеуметтік мемлекет ретінде көрсетуге тырысты. Бұл образ сөздердің, фактілердің, тақырыптардың, дискурстардың іріктеліп берілуі арқылы, медиа қожайындарының мүддесіне сай қалыптастырылды. Осылайша қуатты әлеуметтік мемлекет образы Қазақстан саяси билігін легитимациялауға, халықтың ризашылығына бөленуге қызмет етті. Төтенше жағдай басталған және аяқталған сәтте мемлекет өзін барлық әлеуметтік міндеттемелерін ойдағыдай орындайтын, халықтың әл-ауқаты мен денсаулығын бірінші орынға қоятын құрылым ретінде таныстырды. Алайда маусым айының соңында жағдай ушыққан кезде карантин талаптарын сақтамаған және алыпсатарлықпен айналысқан халықты кінәлап, жағдайды бақылауға алатынына сендірумен болды. Басқа мемлекеттерде де жағдай ушығып жатқанын көрсетіп, халықты ұстамды болуға шақырды.

Зерттеуге нысана ретінде алынған БАҚ-тардың барлығына Қазақстан үкіметі иелік етеді және бұлардың барлығы мемлекет тарапынан қаржыландырылады (egemen.kz, kazpravda.kz, qazaqstan.tv, khabar.kz). Ал мемлекет қаржысында Қазақстан қоғамындағы әрбір адамның үлесі және құқығы болғанына қарамастан, мемлекеттік медианың Қазақстан қоғамының мүддесіне емес, саяси билік өкілдерінің мүддесіне жұмыс істегенін байқап отырмыз. Осылайша мемлекеттік медиа атқарушы билік өкілдерінің ісін тергеп, жауапкершілік иелерін бақылауға алудың орнына Қазақстан үкіметінің насихатшысына айналды.

Юрген Хабермастың «қоғамдық алаң» (*public sphere*) тұжырымы бойынша, медиа – мемлекет пен коммерциялық ұйымдардың бақылауынан тәуелсіз, қоғамдағы түрлі ой-көзқарас пен әрбір тараптың пікіріне теңдей қарайтын, күнделікті өмірдегі маңызды мәселелер талқыға салынатын және осы талқы негізінде ортақ шешім қабылдауға үлес қосатын, билік пен әлеумет арасында тең мүмкіндіктер аясында диалог

орнататын, бүкіл қоғамды қамтитын және бүкіл қоғамға қолжетімді болуға тиіс қоғамдық алаң (Habermas, 2010). Медианың қоғамдағы осы функциясы – билік өктемдігінің асыра пайдаланылмауы, халықтың ақпараттануы, азаматтық қоғамның дамуы үшін аса қажет. ҚР Конституциясында көрсетілген «демократиялы мемлекет» сипаттамасын шынайы өмірде жүзеге асыру барысында істелуге тиіс істердің бірі ретінде мемлекеттік медианың үкімет алаңынан қоғамдық алаңға трансформациялану керегін атап өтеміз. Бұл үшін екі негізгі бағытта өзгеріс болуын ұсынар едік: 1) контент және оның өндірісі: барынша бейтарап, қоғамдағы барлық топты қамтитын, түрлі ой-пікірдің тең дәрежеде айтылуына мүмкіндік беретін және баршаға қолжетімді болуға тиіс; 2) медиа корпорациялардың басшылығы: Қазақстан үкіметінен тәуелсіз, лауазымдық міндеттемені қоғамның тікелей сайлауы нәтижесінде иеленген болуға тиіс. Мысалы, Егемен Қазақстан газетінің директорлар кеңесіне мүше 6 адамның үшеуі – Ақпарат министрлігінің өкілдері (egemen.kz). Директорлар кеңесінің медиа-корпорацияның даму бағыты, ұстанымдарына байланысты маңызды шешімдер қабылдайтынын ескерер болсақ, мемлекеттік медианың не себептен үкіметтік медиаға айналғанын түсінуге болады.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы, <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000>_ Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
2. Welfare state <https://www.britannica.com/topic/welfare-state> Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
3. Hamlin, Alan. (2008). «The Idea of Welfare and the Welfare State». *Public Finance and Management*. 8. 108-140.
4. Қазақстан Республикасы Конституциясының 1-бабының 1-тармағын ресми түсіндіру туралы, <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/S010000018>_ Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
5. Maltseva, E. (2016). «Framing a welfare reform: the social benefits reform in Russia and Kazakhstan». *Canadian Slavonic Papers*, 58(3), 229-256.
6. Cook, L. J. (2007). «Negotiating welfare in postcommunist states». *Comparative Politics*, 40(1), 41-62.
7. Антикризисные меры Правительства: сколько средств будет направлено на поддержку граждан и экономики в условиях ЧП, <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/antikrizisnye-mery-pravitelstva-skolko-sredstv-budet-napravleno-na-podderzhku-grazhdan-i-ekonomiki-v-usloviyah-chp-1731059> Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
8. Антикризисные меры Правительства: возобновление роста экономики и поддержка МСБ, <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/antikrizisnye-mery-pravitelstva-vozobnovlenie-rosta-ekonomiki-i-podderzhka-msb-862620> Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
9. JESSOP, Bob, *Kapitalist Devletin Geleceği*, (Çev: Ahmet Özcan), Epos Yayınları, Ankara, 2009. Мына материалдың ішінде: Eser, D. B., Memişoğlu, A. G. D., & Özdamar, G. (2011). «Sosyal siyasetin üretilmesi sürecinde refah devletinden neo-liberal devlete geçiş: Devletin kamu hizmeti sunma işlevinin değişimi». *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 201-217.
10. Eser, D. B., Memişoğlu, A. G. D., & Özdamar, G. (2011). «Sosyal siyasetin üretilmesi sürecinde refah devletinden neo-liberal devlete geçiş: Devletin kamu hizmeti sunma işlevinin değişimi». *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 201-217.
11. Lichter, S. R. (2017). «Theories of media bias». *The Oxford handbook of political communication*, 403.
12. Herman, E. S., & Chomsky, N. (2008). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Random House.
13. Тичер, С., Мейер, М., Водак, Р., & Веттер, Е. (2009). «Методы анализа текста и дискурса». Харьков: Гуманитарный центр, 5.
14. Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*.
15. Golding, P., & Middleton, S. (1982). *Images of welfare: Press and public attitudes to poverty*. Oxford: Robertson.
16. Kudaibergenova, D. T. (2019). «Compartmentalized Ideology: Presidential Addresses and Legitimation in Kazakhstan». In *Theorizing Central Asian Politics* (pp. 145-166). Palgrave Macmillan, Cham.
17. Zhang, W. (2015). «Discourse of resistance: Articulations of national cultural identity in media discourse on the 2008 Wenchuan earthquake in China». *Discourse & Communication*, 9(3), 355-370.

18. Қазақстан внозь вводит карантин: из-за пневмонии или COVID-19? <https://www.dw.com/ru/%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD-%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8C-%D0%B2%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD-%D0%B8%D0%B7-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-covid-19/a-54029300> Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
19. Алексей Цой ҚР денсаулық сақтау министрі болып тағайындалды, <https://primeminister.kz/kz/news/aleksey-soy-kr-densaulyk-saktau-ministri-bolyp-tagayyndaldy-2553837> Соңғы қаралған күн: 14.11.2020
20. International Guidelines for Certification and Classification (Coding) of COVID-19 as Cause of Death, https://www.who.int/classifications/icd/Guidelines_Cause_of_Death_COVID-19.pdf?ua=1 Соңғы қаралған күн: 08.12.2020
21. Van Dijk, Teun A. «18 Critical discourse analysis». The handbook of discourse analysis (2001): 349-371.
22. Корпоративтік басқару, <https://rtrk.kz/kz/corporate-governance/> Соңғы қаралған күн: 10. 12.2020
23. Совет директоров, <https://khabar.kz/ru/agency/korporativnoe-upravlenie/sovot-direktorov> Соңғы қаралған күн: 10. 12.2020
24. Годовой отчет акционерного общества «Республиканская газета Казахстанская правда», <https://www.kazpravda.kz/uploads/redactors/files/5fb737f8212be1605842936.PDF> Соңғы қаралған күн: 10. 12.2020
25. Егемен Қазақстан, корпоративті басқару <https://egemen.kz/page/korporativtik-basqaru> Соңғы қаралған күн: 10. 12.2020
26. Habermas, J. (2010). The public sphere: an encyclopedia article (1964). The idea of the public sphere: A reader, 114-120.
27. Жанұзақов, Т. (2008). Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. Алматы: Дайк-Пресс, 968.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ МИНИСТРЛІГІНІҢ COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕГІ АҚПАРАТТЫҚ САЯСАТЫНЫҢ ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНДА КОРОНАВИРУС ИНФЕКЦИЯСЫНЫҢ ТАРАЛУЫНА ӘСЕРІ

Наталья Ворошилова

Кіріспе

SARS-CoV-2 (COVID-19) коронавирусы қоздыратын инфекциялық ауру пандемиясы әлем елдерінің денсаулық сақтау жүйелерін тығырыққа тіреп, бірқатар проблеманың бетін ашып берді. COVID-19 пандемиясы Қазақстан Республикасының денсаулық сақтау жүйесінің де жай-күйінің нақты қандай екенін: вирустың таралуын бақылауға алуға және эпидемиологиялық қауіп күшейген жағдайда мүлтіксіз қызмет етуге дайын емесін аңғартты.

Пандемия медициналық жәрдем беру саласының қордаланған кемшіліктерін ашып көрсетті (Terry, 2020). COVID-19 пандемиясының салдары ауыр болды: денсаулық сақтау жүйесінің барлық субъектісінің қызметін түбегейлі қайта құру қажеттігі анық білінді (Ruggieri et al., 2020). Осы орайда COVID-19 жаһандық пандемиясының адам денсаулығына, экономикаға, қоғамға, медициналық қызмет көрсету саласына тигізіп жатқан жойқын әсерінің әлі бәсеңдемегенін ескерген жөн (Watt, 2020).

Пандемия аурудың шығу тегі, оның қалай өрбитіні, алдын алу мен ем шаралары туралы алыпқашпа әңгімелердің, мистификациялар мен жалған ақпараттың көптеп таралуына себепші болды. Дезинформацияның таралуы халықтың дағдарып, әрқандай жалған ем шарасын қолданып, медициналық мекемелердің жұмысын дұрыс ұйымдастыруға кедергі келтіреді. Бұл өз кезегінде вирустың кең таралуына мүмкіндік туғызып, ақырында адамдардың физикалық әрі психикалық денсаулығының нашарлауына негіз болады.

Дезинформация – мемлекеттің ақпарат саясатының дұрыс жүргізілмеуінің көрінісі немесе осындай саясаттың мүлде жоқ екенінің айғағы

Дүниежүзінде мемлекет тарапынан дұрыс ақпарат саясатының жүргізілмеуі салдарынан пандемия кезінде дезинформацияға сенген халық ауыр зардаптарды бастан өткізді. Мысалы, Үндістанда үш баланың әкесі өзіне COVID-19 диагнозы қойылғанын білгенде, қол жұмсап өлген деген хабар тараған еді (Wallen, 2020). АҚШ-тың медиа кеңістігінде мемлекеттік деңгейде оқшаулау шарасы енгізілетіні туралы ақпарат

тарағанда, халықтың дүрбелеңге түскені бүкіл әлемнің есінде. Халық жапа-тармағай азық-түлік пен дәретхана қағазын сатып алып жатты, нәтижесінде тауар жеткізу тізбегінің қалыпты жұмысы бұзылып, сұраныс пен ұсыныс арасында сәйкессіздік артты. Әлеуметтік-экономикалық жағдайы төмен адамдар мен халықтың өзге де осал топтарының азықтүлік қауіпсіздігіне нұқсан келді (Spencer, 2020). БАҚ-та дұрыс ақпарат бермеудің салдарынан болған жағымсыз жайттардың тағы бір мысалы – Нигериядағы жағдай. Онда COVID-19-ды хлорохинмен (малярияға қарсы қолданылатын препарат) емдеуге болады деген хабар тарағанда, осы дәрінің мөлшерін асырып қолданғандар туралы деректер тіркелген (Busari & Adebayo, 2020).

Ақпарат саясатының дұрыс жүргізілмеуі, COVID-19-ды анықтау және емдеу жөніндегі сенімсіз деректер халықты да, аз зерттелген дертке қарсы күресіп жатқан медициналық қызмет көрсетуші тараптарды да жаңылыстырады. Бұған қоса, жаңа дәрі немесе вакцина жасап шығаруға қатысты ғылыми жетістіктерге сенім азаяды. Дұрыс жүргізілмеген ақпараттық саясаттың теріс салдары әсерінен COVID-19-ға қатысты әлеуметтік стигма қалыптасады, бұл карантин шаралары мен белгіленген санитарлық талаптарды толық сақтамауға негіз болады (Tasnim et al., 2020).

Проблеманы шешу үшін медициналық қызмет көрсетуші тарапқа және халыққа дұрыс ақпарат, соңғы зерттеу нәтижелерін жеткізіп отыру керек. БАҚ, денсаулық сақтау ұйымдары, билік органдары, қоғамдық ұйымдар мен өзге де мүдделі тараптар дер кезінде сенімді ақпарат беру мақсатымен стратегиялық тұрғыдан серіктес болып, толыққанды қарым-қатынас орнатуға тиіс.

Зерттеушілердің пайымдауынша, әлеуметтік желі платформаларынан COVID-19 туралы ғылыми негізі жоқ онлайн-контентті тауып, өшіріп отыру үшін табиғи тілді өңдеу және деректерді интеллектуалдық талдау әдістері сияқты озық технологияларды пайдалану қажет. Мұндай жұмысты COVID-19 жөнінде нақты ақпарат беретін телемедицина қызметтерімен қатар нормативтік әрі құқық қорғау шараларына сүйеніп қадағалау керек (Shu et al., 2020).

Сонымен, нақты стратегияның айқындалмауы және ақпарат саясатын дұрыс іске асырмаудың салдары ауыр болатыны анық: халықтың билік органдары қолға алған іс-шараларға сенімі азаяды; жалған ақпарат пен конспирологиялық теориялар етек алады; аурудың алдын алуға бағытталған санитарлық талаптарды ұстанбайтындар көбейіп, COVID-19 дертіне шалдыққандар саны артады.

Басқа елдердегі сияқты, ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің (ҚР ДСМ) де ақпараттық саясатында кемшіліктер болды. Біздің ойымызша, осы жайт – 2020 жылғы 15 қазандағы жағдай бойынша, Шымкент қаласындағы ахуалдың аса ауыр болуының бірден бір себебі. Ресми статистика деректеріне сүйенсек, онда 5207 адамның COVID-19 дертіне шалдыққаны расталды, 71 адам қайтыс болды.

Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің ақпараттық саясаты: тәуелсіздік алған кезден бергі даму трендтері

Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің мемлекеттік ақпараттық саясатын сөз еткенде, оның қалыптасуы мен іске асырылуындағы трендтерге көңіл бөлген жөн. Бұл сала егемендік алып, мемлекет тәуелсіздігін жариялаған сәттен бастап дамудың ұзақ жолын жүріп өтті, осы бағытта алғашқы қадам денсаулық сақтаудың посткеңестік жүйесін түпкілікті қайта құру басталғанда жасалған еді. Сол үрдістегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін айтпай кетуге болмайды. Журналистика мен БАҚ-қа коммуникация стратегиялары мен ақпараттық күн тәртібін уақыттан қалмай жаңарту міндеті жүктелді. Қоғам әлеуметтік институттар мен денсаулық сақтау саласының жария сфераға өтуімен қатар жүрген жүйелік трансформацияларды реформалаудың қиындығын көрсеткен әлеуметтік қайта құрудың медиатизациясына куә болды.

Бұған денсаулық сақтау саласын реформалаудың медиатизациясын мысал ретінде атап өтуге болады. Қазақстан Республикасының денсаулық сақтау жүйесіне 2005 жылдан бастап бүгінге дейін реформа жасалуда, әр 5 жыл сайын ҚР денсаулық сақтауды дамытудың жаңа мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, жүзеге асырылады. БАҚ әр бағдарламаны іске асыру барысында оның мақсаты, нәтижесі туралы ақпарат таратып, бағдарламаның негізгі ережелеріне түсінік береді. Соған қарамастан, денсаулық сақтау саласы ең күрделі әрі проблемасы көп сала болып қалуда. Жүргізілген зерттеу нәтижелері көрсеткендей, масс-медиа мен қоғамды алаңдатқан бірқатар мәселе әлі де өзектілігін жоғалтпаған: тегін медициналық көмек көлемін азайту, міндетті әлеуметтік медициналық сақтандыру енгізу, денсаулық сақтау саласының коммерциялануы, төсек-орын қорының азаюы, білікті медициналық кадрлардың аздығы, жоғары технологиялық диагностика мен терапия түрлерінің емделушілерге қолжетімді болмауы (Жузжанов и др., 2007; Киялова, 2010; Жузжанов, 2007).

Қазіргі реформалардың мынадай мақсаттар үдесінен шығуды көздегені медиада көп айтылып жүр: негізгі критерийлері мен көрсеткіштері бойынша әлемнің алдыңғы қатарлы тәжірибелерінен кем түспейтін, әлеуметтік мемлекет парадигмасына сай келетін денсаулық сақтау жүйесінің тиімді, заманауи, технологиялық моделін құру.

Қазіргі заман қоғамының медиатизациясы және медианың әлеуметтік жауапкершілігі

Қазіргі қоғам медиатизацияланған, медиа әлеуметтік өмірдің барлық саласына кіріккен, қазіргі қоғам проблемасын бұқараға жария етпей шешу мүмкін емес. Баспасөздің әлеуметтік жауапкершілігі бар, әлеуметтік практикалар мен азаматтық қоғам құру ісінде оған баса назар аударады. Ресейдегі қағаз БАҚ тәжірибесі негізінде денсаулық сақтау саласын реформалаудың медиатизациясын зерттеген Ольга Миронова осындай қорытынды жасаған (Миронова, 2017).

Медициналық статистика, философия, эпидемиология және демография салалары бойынша білікті маман, дәрігер Игорь Гундаревтің ақпараттық социопсихология мен медиапсихология саласындағы зерттеулерінің нәтижесінен мәлім болғандай, ақпарат факторының

тапшы болуы адамның рухани әрі психологиялық саулығына ерекше нұқсан келтіреді. Қазіргі кезде адамның ертеңіне сеніммен қарауы әрі ағымдағы жағдайдан хабардар болуы маңызды. Бұл – өмір сапасының тиісті деңгейде болуы үшін және мағыналық құндылықтардың іске асуы үшін бірден-бір қажет фактор (Гундаров & Полесский, 2007; Гундаров, 2001).

Ақпараттық қоғам теоретигі Элвин Тоффлер жүргізген зерттеулер нәтижесіне ден қойсақ, БАҚ саласындағы революция қазіргі адам психикасындағы революцияға, ал коммуникациялар мен ақпараттық технологиялардың қарыштап дамуы психосфераның ыдырауына жеткізеді. Бүкіл әлем, соның ішінде ТМД елдері денсаулық сақтау саласындағы проблемаларды жаңа заман талабына сай және іске асырылып жатқан әлеуметтік коммуникациялардың сапасы мен ақпараттың адам психикасы мен санасына тигізетін әсері тұрғысынан қайта пайымдауға тиіс. Бұл саланы дәстүрлі көзқарастарға сүйеніп қайта пайымдау және реформалау мүмкін емес. Денсаулық сақтау жүйесін жетілдіріп, туындаған сын-қатерлерді ойдағыдай еңсеру үшін әлеуметтік-ақпараттық сипаттағы жаңа әдістемелік парадигмаға өту керек (Тоффлер, 2001; Тоффлер 2003; Тоффлер, 2007).

Ресей Федерациясы аумағындағы БАҚ қызметінің әртүрлі аспектісін қарастыруға, олардың қоғамдық санаға ықпал ету сипаты мен механизмдерін айқындауға арналған бірқатар зерттеу бар (Березин, 2002; Грабельников 2001; Засурский, 1999; Засурский, 2003; Засурский, 2004; Засурский, 2006; Коновченко & Киселев, 2004; Назаров, 2002; Свитич 2000). Аталған зерттеу жұмыстарының нәтижелері мен қорытындыларында қоғамдық сананы қалыптастыруда және халықпен билік органдары арасында байланыс орнатуда БАҚ-тың жетекші рөлге ие екені айтылған.

Аталған зерттеулердің қорытындыларын ескерсек, қоғамдық денсаулық сақтау жүйесіндегі ақпараттық-коммуникациялық фактор рөлінің артып келе жатқаны байқалады, ал «қоғамдық денсаулық» категориясы медициналық емес, әлеуметтік-ақпараттық, әлеуметтік-психологиялық, рухани және саяси ұғымға айналды. Жұқпалы ауруларды еңсеру, эпидемиологиялық қауіп күшейгенде, жағдайға дұрыс бейімделу және эпидемиологиялық ахуалдың тыс асқынып кетпеуін алдын алуда денсаулық сақтау жүйесін басқару органдарының ақпараттық саясатының маңызы зор. Мұны басқа да зерттеулердің нәтижесі растап отыр.

БАҚ, қоғамның дүрбелеңге салынуы және COVID-19 психопандемиясы

Коронавирус инфекциясы кең таралған қазіргі жағдайға баға берген кейбір зерттеушілер COVID-19 пандемиясын «психопандемия» деп атаған. Адамзат бұрын-соңды мұндай құбылыспен бетпе-бет келмеген. 2020 жылдың көктемінде Ресей медицина қызметкерлерінің қауымдастығы Ресей Федерациясының Президентіне жолдаған ашықхатын жариялаған. Онда мамандар COVID-19 туғызған жағдайды ушықтырмауға, жалған ақпарат таратпауға және халықты дүрбелеңге түсірмеуге шақырған. Бұл құжатты әзірлеп, жариялауға ескірген әрі сенімсіз мәлімет таратып байбалам салғандардың көбейіп, «дүрбелең эпидемиясының» өрістеуі себепші болды. Ресей медицина қызметкерлерінің қауымдастығы мүшелерінің бірі атап өткендей, қазір бізге нағыз психоинфекция қаупі

төніп тұр. Ақпараттық ортаны реттей алмаудың және коммуникациялық технологияларды шамадан тыс көп қолдану салдарынан расталмаған, жалған ақпарат тарап кетуі мүмкін, бұл адам психикасына ерекше әсер етуі ықтимал. Салдарынан иммунитет әлсіреп, адам ағзасы бұрыннан белгілі жұқпалы аурулардың өзімен күресе алмай қалады (sobesednik.ru, 2020).

Канадалық біртөп зерттеушінің (Шеннон Коллинсон, Камран Хан, Джейн М. Хеффернан) қорытындысына сенсек, БАҚ-та жедел респираторлық синдром, H1N1 грипі, Таяу Шығыс респираторлық синдромы сияқты жұқпалы аурулар, грипп, Эбола және H7N9 эпидемиялары анықталғанда, шынайы, дұрыс мәлімет бергендіктен, саламатты жүріс-тұрысты насихаттау арқылы аталған патогендердің таралуы азайған. Бұқаралық ақпарат құралдарының эпидемия немесе пандемия туралы тарататын хабарлары – халық үшін маңызды дереккөз әрі олардың саламатты өмір салтын ұстануына (мысалы, қолды жиі жууға, әлеуметтік арақашықтық сақтауға) түрткі болады, бұл, өз кезегінде, аталған және басқа да инфекциялық дерттерге шалдығу ықтималдығын да азайтады. Канадалық ғалымдар жүргізген зерттеуде жұрттың бұқаралық ақпарат құралдарынан жалығуы, шаршауы оң нәтижеге жету ықтималдығын азайтуы мүмкін екені де атап өтілген. БАҚ-тың эпидемия/пандемия салдарына тигізетін ықпалын анықтау үшін, канадалық зерттеушілер арнаулы математикалық модельдерді қолдануды ұсынады. БАҚ хабарларының 2009 жылғы H1N1 пандемиясына тигізген ықпалын зерттеу үшін стохастикалық агенттік модель көмегімен қоғамдық денсаулық сақтау көрсеткіштерінің ауытқып отыратыны туралы БАҚ хабарларына сандық бағалау жүргізген. Талдау нәтижелері көрсеткендей, хабар беру жиілігі мен БАҚ-тан шаршаған адамдардың санитарлық нормаларды елемей қанағаттануы қоғамдық денсаулықтың маңызды көрсеткіштерінің ауытқуына елеулі әсер етеді. Бұл зерттеудің атап өтерлік негізгі нәтижесі – мынадай бір заңдылықтың бар екені анықталды: талдау моделіне Global Public Health Intelligence Network (GPHIN) бағдарламасы арқылы БАҚ қосылған кезде ауру жұқтырудың екі толқыны шыққан, мұндай құбылысты 2009 жылғы эпидемия кезінде байқауға болатын еді (Collinson et al., 2015).

2020 жылы Пейпи Сонг және Такаши Карако атты жапон ғалымдарының жүргізген зерттеуінен мәлім болғандай, ғылыми ақпараттарды жылдам жариялап отыру COVID-19 төңірегіндегі дүрбелеңді азайтудың тиімді жолы болды. Сенімді әрі жаңа ғылыми ақпаратты жедел жариялау – эпидемиологтар (жұқпалы аурулардың көбеюін тежейді), дәрігерлер (науқастарды емдейді) мен модель жасаушылар (оқиғаның қалай өрбитінін болжап, қолданылатын шаралардың тиімділігін арттыруға көмектесетін модельдер жасайды) сияқты мамандар үшін нақты уақыт режимінде сапалы ұсыныстар әзірлеудің бірден-бір алғышарты.

Зерттеудің басты қорытындысы – COVID-19-дың эпидемиологиялық әрі клиникалық ерекшеліктері мен оны емдеудің инновациялық әдістерінен хабардар болу мақсатында ғалымдар, денсаулық сақтау саласының қызметкерлері мен өзге де мамандар сенімді, ашық деректерді дереу бір-біріне мәлім қылу керек дегенге саяды (Song & Karako, 2020).

Қазіргі кезде пандемияның даму траекториясын сапалы түрде болжап, оның жағымсыз салдарының алдын алуға септігін тигізе алатын факторларды бағалау аса қажет болып отыр. Пандемияның траекториясы, бәлкім, сол күйінде қалады, алайда оның алда қалай болатыны әлі де

белгісіз деп мәлімдеген ДДСҰ әлемдік қауымдастықтың қырағы болу керегін атап өткен (The Lancet, 2020).

Келесі кезеңде пандемия туралы маңызды ақпараттың қоғамға жеткізілу формасы шешуші рөл атқарады. 2020 жылғы 15 ақпанда қауіпсіздік жөніндегі Мюнхен конференциясында сөз сөйлеген ДДСҰ бас директоры Тедрос Адханом Гебрейесус: «Біз эпидемиямен ғана емес, инфодемияға да қарсы күресудеміз», – деген. Жалған ақпараттың әлеуметтік желілер, медиа кеңістігі мен басқа да арналар арқылы оңай әрі тез таралатыны қоғамдық денсаулық сақтау жүйесін дағдарысқа түсіруде. Осы ретте сенімді ақпарат таратуға, статистикалық деректердің ашық болуына, деректерді жариялауда кедергілердің болмауына, денсаулық сақтау саласы мамандарының мәліметтері мен тәжірибесін жариялауына және рецензияланатын зерттеулер жүргізуіне баса назар аудару қажет. Жаһандану дәуірінде COVID-19 пандемиясын мүлдем тежеу мүмкін емес те шығар. Дегенмен денсаулық сақтау жүйесін басқаратын органдардың ақпараттық саясатын дұрыс ұйымдастырып, іске түрлі БАҚ арналарын тарту – халықтың үрейге бой алдыруы мен дүрбелеңге түсуіне жол бермеудің ең тиімді амалы (The Lancet, 2020).

COVID-19 пандемиясы тұсында медиа кеңістігі, БАҚ және денсаулық сақтау жүйесін басқаратын органдардың ақпарат саясаты саласындағы халықаралық тәжірибесі мен ең тиімді шешім үлгілері

Тайваньның бір топ ғалымы жүргізген зерттеу көрсеткендей, бұл елде мынадай факторлар жұқпалы аурудың жаппай таралмауына жақсы көмектескен: 2003 жылы жедел респираторлық синдромның ауыр түрі пайда болғанда, оған қарсы іс-қимыл тәжірибесіне жүгіну; мемлекеттік билік органдарының ведомствоаралық ынтымақтастығы; ақпараттық технологиялардың озық үлгілерін пайдалану. Осы орайда бұл елдің жақын орналасқан Қытаймен тығыз қарым-қатынасын және екі ел халқының бір-біріне жиі сапарлайтынын ескерсек, Тайвань әлемде коронавирус инфекциясы тудырған қиындықтарға тап болған алғашқы елдердің қатарында болған еді. Тайвань аурудың алдын алу шараларын дереу жүзеге асыруы арқасында 2020 жылғы 20 қаңтарда COVID-19 жұқтырған бірінші адамды анықтап оқшаулады. 2020 жылдың ақпан айына дейін Тайвань зертханаларында емделушілерді тексеруден өткізуге арналған 4 сағаттық жиынтық жасалып, коронавирустың 2 штамы бөліп алынды (Lin et al., 2020).

Үндістанда жүргізілген зерттеу нәтижелерінен белгілі болғандай, коронавирус инфекциясы халық арасында үрей тудырған. Оны «коронафобия» деп атаған. Салдарынан қоғамның түрлі тобында психиатриялық ауытқу белгілері байқалған. COVID-19 дертіне қатысты факторлар жиынтығы халық арасында дүрбелеңге сеп болып, үрейлендіріп, паранойя мен депрессияға, сондай-ақ жарақаттан кейінгі стресске (ЖКСБ) түсірген. Жеке қауым өкілдеріне қатысты нәсілшілдік, айдар тағу (стигматизация) мен ксенофобия оқиғалары тіркелген. Медицина қызметкерлері жұмыстан қажып, ауру жұқтырудан қорқып, депрессия, ЖКСБ сынды жағымсыз психологиялық ауытқуды бастан кешкен.

Жергілікті қауымдар деңгейінде COVID-19 салдарын жеңілдетуге

бағытталған бағдарламалар балалардың қалыпты өмір салтын бұзып, психикасына нұқсан келтіруі мүмкін. Егде жастағылар мен оларға күтім жасайтын адамдардың психоәлеуметтік аспектілерінің жағымсыз бағытқа ауысқаны байқалады. Осындай оқиғалардың өріс алуына әлеуметтік желілер мен БАҚ арқылы таралып жатқан «инфодемия» сеп болуда. Зерттеушілердің пікірінше, «инфодемияға» қарсы күресте психиатриялық белгілер көрсеткішінің тұрақтанып, азаюына мемлекеттің араласуы және таратылатын ақпараттың көлемі оң әсер ете алады (Dubey et al., 2020).

Осы мәселе бойынша зерттеу жүргізген неміс ғалымдары БАҚ-та COVID-19 туралы ақпарат жариялау мен адамдардың бойындағы әлденеге мазасыздану, депрессия және үрей сияқты психикалық ауытқулардың дамуы арасында оң корреляция бар екенін дәлелдеген (Bendau et al., 2020). Осы зерттеу нәтижелеріне сүйеніп, COVID-19 пандемиясы кезіндегі БАҚ жұмысы мен мемлекеттің ақпараттық саясатын жетілдіру жөнінде ұсыныстар әзірлеуге болады. COVID-19 жөнінде ақпарат алу үшін медиа өнімдерін тұтынудың қауіпсіз жиілігі (күніне 7 рет) мен ұзақтығы (күніне 2,5 сағат) мәлім болды. Уақыт шекті мәннен асқан жағдайда адамның психикалық денсаулығына зиян келеді. Психикалық бұзылу дәрежесі мәлімет алу үшін пайдаланылатын бұқаралық ақпарат құралының түріне байланысты. Ресми деректер ақпаратымен салыстырғанда, әлеуметтік желілер ақпаратынан туындайтын мазасыздану және депрессия күйі әлдеқайда ауыр тиеді. Мұны ДДСҰ да растап отыр: COVID-19 туралы ақпарат алу үшін, ең алдымен, денсаулық сақтау органдарының мәліметіне жүгінген абзал (who.int, 2020). Үрейге бой алдырмаған адамдарға қарағанда, «денсаулығыма нұқсан келеді» деп, үрейге бой алдырған адамдардың COVID-19 жөнінде ақпарат алуы үшін БАҚ-ты пайдалану жиілігі, ұзақтығы мен мазасыздануы, депрессияға түсуі әлдеқайда анық білінеді (Bendau et al., 2020). Бұл зерттеу қытай ғалымдарының осы тақырыптағы еңбегін толықтырып, ауқымын кеңейтті. Қытай зерттеушілері анықтағандай, мазасыздану мен депрессия дәрежесі және COVID-19 туралы мәлімет алу үшін бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалану жиілігі («азырақ», «анда-санда» немесе «жиі» деген көрсеткіштер) арасында оң корреляция бар. Қытайдағы зерттеу жобасына 4 000 азамат қатысқан, зерттеудің кросс-секциялық тәртібі, мазасызданудың жалпылама шкаласы (GAD-7) мен ВОЗ-Five (ВОЗ-5) әл-ауқат индексі қолданылды (Gao et al., 2020).

Ирак Күрдістанында жүзеге асырылған зерттеу жобасының нәтижелері көрсеткендей, COVID-19 дертінің жаппай таралуына байланысты үрей мен дүрбелеңнің күшеюіне әлеуметтік желілер айтарлықтай ықпал еткен. Осы ретте Facebook-тің ең жиі пайдаланылатын әлеуметтік желі екені анықталды. Әлеуметтік желілерді пайдалануға қатысты өзін-өзі бағалау мен COVID-19-ға қатысты байбалам салғандардың көбеюі арасында оң корреляция бар ($R = 0,8701$) екені белгілі болды. Зерттеу нәтижелеріне сенсек, 18–35 жас аралығындағылардың көбі ақпараттық дүрбелең салдарынан психологиялық күйзеліске түскен (40,2%, $n = 135/336$ болғанда). Күрдістан зерттеушілері бұл проблеманы шешу үшін бұқаралық ақпарат құралдарын тұтынатындар арасында арнаулы оқыту курстарын ұйымдастыруды ұсынды. Осылайша оқушылар дұрыс, сенімді ақпаратты ажыратуды, таратылатын ақпаратты сыни тұрғыдан талдауды үйренеді (Ahmad et al., 2020).

Жоғарыда аталған үш зерттеудің нәтижелерінен: БАҚ-та COVID-19 туралы ақпарат жариялау – қазіргі пандемия жағдайындағы ең күшті эмоциялық стрессорлардың бірі деген қорытынды шығаруға болады. Бұл

елдегі эпидемиологиялық ахуал күрделі болып тұрған шақта ақпараттық саясатты жетілдіру қажет екенін тағы да аңғартты.

Денсаулық сақтау жүйесін басқаратын органдардың ақпараттық саясаты мен оның БАҚ-та көрініс табуының маңызы зор екенін швед зерттеушісі Рэйчел Элизабет Ирвиннің еңбегі де растаған. 2020 жылғы COVID-19 пандемиясының алғашқы айында Швеция әлемнің көптеген мемлекеті қолданған стратегияға жүгініп, дерттің тез таралуына шек қоюға, оның қарқынын бәсеңдетуге тырысты. Бұл туралы елдегі БАҚ-тың бәрі жарыса хабарлаған. Осы орайда швед моделінің ерекшелігі заң жүзінде мәжбүрлі шаралар мен шектеулер енгізуде емес, тиісті шараларды кезең-кезеңмен ерікті түрде іске асыруда еді. Бұл модель туралы мәлімет мемлекеттік БАҚ-та ғана емес, сондай-ақ халықаралық ақпарат құралдарында да кең тарады. COVID-19 пандемиясының алғашқы айында шетелдік бұқаралық ақпарат құралдарында Швециядағы жағдай туралы нарративтер мен анықтамалардың алты негізгі нұсқасы пайда болды: Швецияда халықтың өмірі қалыпты күйде; Швеция топтық иммунитет стратегиясын ұстануда; Швеция сарапшылардың пікіріне құлақ аспады; Швеция ДДСҰ ұсыныстарын орындап жатқан жоқ; шведтердің ұстанымы теріс нәтижені көрсетуде; шведтер үкіметке сенеді.

Мұндай нарративтер ішінара ғана шынайы, кейбір бұқаралық ақпарат құралдары жариялаған мысалдар мен жайттарды баяндағанда, жаңалықты, хабарды бұрмалап жеткізетіндей стиль қолданған. Зерттеу барысында халықаралық БАҚ-тың COVID-19 туралы фактілерді құрастыруда қандай амалдар қолданылатыны қарастырылды. Сондай-ақ бұл амалдардың салдарына баға берілді (2020). Ирвин жүргізген зерттеу нәтижелерінен мынадай қорытынды жасауға болады. Зерттеушілер мен билік органдарының өкілдері сөз сөйлегенде, сұхбат бергенде қолданатын дәйектер мен фразаларды дұрыс түсінбеу, дұрыс жеткізбеу ықтималдығы басым, сол себепті COVID-19 төңірегіндегі мәселелер туралы ақпарат беретін тараптардың БАҚ-пен жұмыс жөнінде арнаулы дайындықтан өткені абзал. Ақпарат беру мәнері мен стилі, қолданылған сөз орамдары ұсынылатын ақпараттың мәнін өзгертіп жіберуі мүмкін. Мәселен, Швецияның COVID-19-ға қарсы іс-шаралары, БАҚ-та айтылып жүргендей, өзге елдердікінен айтарлықтай өзгеше емес, қайта бұл ретте қолданылған «тілдік құралдарда» ерекшелік бар (dn.se ресурсы, 2020). Демократиялық мемлекетте халықтың билікке қашанда сұрақ қоюға мүмкіндігі болуы керек (thelocal.se ресурсы, 2020). Кейбір халықаралық БАҚ қалыптасқан жағдай туралы дұрыс ақпарат бере алмады. COVID-19 туралы контентке сұраныс жоғары болғандықтан, бірқатар баспасөз құралының материал дайындауды сеніп тапсырған журналистері қоғамдық денсаулық сақтау шараларын, медициналық статистикалық деректер мен деректердің географиялық сипатын талдау, оларға түсінік беру дағдыларын меңгермеген. Қате мәліметтің бәрін мәдени факторларға сілтеп түсіндіруге, халықтың «теріс қылық» танытқанын мәдениеттен көруге болмайды.

Қытай ғалымдары жүргізген зерттеу де назар аударарлық: Google мен Baidu іздеу жүйелері және Sina Weibo әлеуметтік желісі ауру шығатынын дәстүрлі бақылау жүйелерінен 1–2 апта ерте болжап берген. Google Trends, Baidu Index және Sina Weibo Index-те «коронавирус» пен «пневмония» деп сұрау салғанда шыққан деректер ҚХР Ұлттық денсаулық сақтау комиссиясының сырқаттанғандар саны туралы күнделікті деректер зертханалық әдіс көмегімен анықталған және болжамды COVID-19

деректері туралы жариялаған мәліметтеріне сәйкес максималды $r > 0,89$. ҚХР Ұлттық денсаулық сақтау комиссиясының деректеріне сай, іздеу жүйелері мен әлеуметтік желілерде аталған тірексөздерді қолданудың күрт өсуі COVID-19 жұқтырғандар саны ең көп болған кезеңнен 10–14 күн бұрын тіркелген екен. Уақыт аралығы көрсеткішіне келсек, зертханалық әдіспен расталған деректер үшін максималды корреляция 8–12 күннен кейін, ал күдікті деректер үшін 6–8 күннен кейін байқалған (Li, et al., 2020).

Эпидемияларды ерте болжауға интернет-бақылау құралдарын қолданудың пайдасы тиетінін басқа да зерттеулер растаған, олар мынадай ауру түрлеріне арналған: грипп вирусы қоздыратын грипп (Ginsberg, 2009), Зика вирусы (Majumder, 2016), Денге безгері (Marques-Toledo, 2017), Таяу Шығыс респираторлық синдромы (Shin, 2016), H1N1 гриппі (Wilson, 2009) және қызылша (Santangelo, 2019). Инфекцияның пайда болуын және таралуын дәл әрі дер кезінде болжауға қажетті сенімді деректерді күні бұрын әрі көп шығын жұмсамай-ақ білуге болады деп қорытынды жасауға негіз бар. Жұқпалы аурулар туралы ақпаратты ерте жеткізудің ауру-сырқаттың алдын алуға және жағдайды бақылауда ұстауға қатысты шешім қабылдау процесіне пайдасы зор.

Ғылыми әдебиетті жан-жақты талдау нәтижелеріне сүйеніп, бүгінде қоғам денсаулығы мен денсаулық сақтау жүйесін ақпараттық-коммуникациялық басқару мәселесі халықаралық деңгейде де, Қазақстан Республикасында да аз зерттелген деген қорытынды жасауға болады. Қарастырылған зерттеулер, теориялар мен әзірлемелер осы зерттеудің алға қойған ғылыми міндеттерін орындауда бір қадам алға жылжуға мүмкіндік береді. Ал психоәлеуметтік проблемаларды тиімді шешу үшін ҚР Үкіметі, ҚР Денсаулық сақтау министрлігі, медицина қызметкерлері және өзге де мүдделі тараптар психоәлеуметтік дағдарыстардың алдын алу мақсатында табысты халықаралық тәжірибелерді ескере отырып, ақпараттық саясат стратегиясын жасауды дереу қолға алуға тиіс.

Материалдар және әдістер

Зерттеудің теориялық-әдістемелік негізі – ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің ақпараттық саясатындағы проблемаларды шешудің әлеуметтік-коммуникативті, саяси-информациологиялық (ақпараттанымдық), жүйелік және әлеуметтік-информациологиялық әдістері. Теориялық-әдістемелік негіздің осындай болуы зерттеудің пәнаралық сипатымен байланысты. Бұл еңбекте ақпарат теориясы мен әлеуметтік информациологияның, қазіргі заманғы азаматтық және ақпараттық қоғам теориясының классикалық қағидалары ерекше маңызға ие; олар ақпараттық-коммуникациялық фактордың қоғам денсаулығын сақтаудағы және оны басқарудағы рөлін айқындауға, зерттеу тақырыбының ерекшеліктеріне сай теориялық қағидалар мен концептуалдық дәйектерді қолдануға мүмкіндік береді.

Зерттеудің мақсаты – COVID-19 пандемиясы тұсында ҚР ДСМ ақпараттық саясатының Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына тигізген ықпалын анықтап, COVID-19 пандемиясы кезінде тиімді ақпараттық саясат қалыптастыруды көздейтін ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу міндеттері:

1. Халықаралық тәжірибеге талдау жасау.
2. ҚР Денсаулық сақтау министрлігі таратқан жаңалықтар мен хабарламалар көлемінің Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына қалай ықпал еткенін бағалау.
3. Халықаралық тәжірибе мен талдаулар негізінде COVID-19 пандемиясы тұсында ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің тиімді ақпарат саясатын қалыптастырып, іске асыруға бағытталған ұсыныстар әзірлеу.

Жұмыс барысында сандық және сапалық талдау, контент-анализ, әдебиетке шолу, салыстыру, қорыту және аналогия әдістері, гипотетикалық-дедуктивті әдіс, салыстырмалы әдіс сияқты әдіс-тәсілдер қолданылды. Ресми статистикалық деректерді талдау компьютерлік бағдарламалар көмегімен эпидемиологиялық ахуалды жедел талдау арқылы жүзеге асырылды.

Зерттеу материалдары ретінде халықаралық библиографиялық және реферативтік дерекқорларда (Scopus, PubMed) жарияланған мақалалар; Шымкент тұрғындарының COVID-19 дертіне шалдығуы туралы ресми статистикалық деректер; ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің сайтынан алынған ресми ақпарат және медиада ҚР Денсаулық сақтау министрлігіне сілтеме беріліп жарияланған жаңалықтар, хабарламалар мен өзге де мәліметтер пайдаланылды. Медиа ретінде мынадай БАҚ зерттелді: Шымкент қаласының Instagram аккаунты – @shymkent.online (2020 жылғы қыркүйектегі дерек бойынша, шамамен 300 000 жазылушысы бар) және TengriNews атты ең ірі республикалық порталы.

COVID-19 пандемиясы кезінде ҚР ДСМ ақпараттық саясатының Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына тигізген ықпалын бағалау үшін, ең алдымен, COVID-19-ға қатысты эпидемиологиялық ахуал жедел талданды. Шымкент қаласында 2020 жылғы 6 сәуір мен 17 тамыз аралығында COVID-19 дертіне шалдыққандар туралы ресми статистикалық деректер сараланды. Осы кезеңнің таңдалу себебі: 4 сәуірде Шымкент қаласы аумағында қатаң карантин енгізіліп (әр апта деректері талданғандықтан, бастапқы күн ретінде 6 сәуір – дүйсенбі күні таңдап алынды), 17 тамызда шектеулердің көбі күшін жойған еді.

Эпидемиологиялық ахуалды жедел талдау мынадай кезеңдерден тұрды:

1. Талдауға алынған кезеңдегі әрбір аптадағы сырқаттанғандар саны мен эпидемиологиялық шекті мәннің қарқынды көрсеткішін есептеп табу. Сырқаттанғандардың қарқынды көрсеткіші мына формула бойынша есептелді:

$Z = DZ/N \cdot 100\%$ мұндағы:

DZ – зерттеу кезеңі ішінде жаңадан тіркелген сырқаттар саны;

N – халықтың жылдық орташа саны.

Талдау жүргізілген кезеңдегі әр аптаның эпидемиологиялық шекті мәні – зерттеу кезеңіндегі Шымкент қаласы халқының жылдық орташа санының 5%-ы деп алынды, бұл шама әмбебап эпидемиологиялық шекті мәнге сәйкес келеді. Мұны инфекцияның жаңа және қазіргі кезде бірнеше жыл бойғы бақылау арқылы

анықталатын эпидемиологиялық шекті мәнді есептеудің мүмкін болмауымен түсіндіреміз.

2. Таңдап алынған кезеңде талдау жүргізілген аптадағы сырқаттар көрсеткішін (қарқынды көрсеткіш) осы апта үшін есептелген эпидемиологиялық шекті мәнмен (жалпы халық арасында) салыстыру.
3. Талдау жүргізілген аптада, одан бұрынғы аптамен салыстырғанда, қарқынды көрсеткіштерге сай сырқаттанғандар санының арту қарқынын мына формула бойынша анықтау:

$\frac{Pi - Pi-1}{Pi-1} \cdot 100$ %, мұндағы:

$Pi-1$

Pi – талданатын аптадағы сырқаттанғандар саны;

$Pi-1$ – өткен апталарда сырқаттанғандар саны.

Содан кейін ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің сайтында және медиада ҚР ДСМ-ға сілтеме жасай отырып, COVID-19 туралы ақпарат, хабарламалар мен жаңалықтар жариялаудың ықпалына талдау жасалды. Талдау барысында жарияланған ақпарат көлемі мен бір күнтізбелік апта (А аптасы) ішінде COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші А аптасынан 14 күн өткен соң басталған аптадағы (В аптасы) COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткішімен салыстырылды (14 күн COVID-19-дың инкубациялық кезеңіне сай). Нәтижелер 2-кестеде көрсетілген.

Нәтижелер

1-кесте. COVID-19 дертіне шалдыққандар динамикасы бойынша Шымкент қаласындағы эпидемиологиялық ахуалға жедел талдау (2020 ж.)

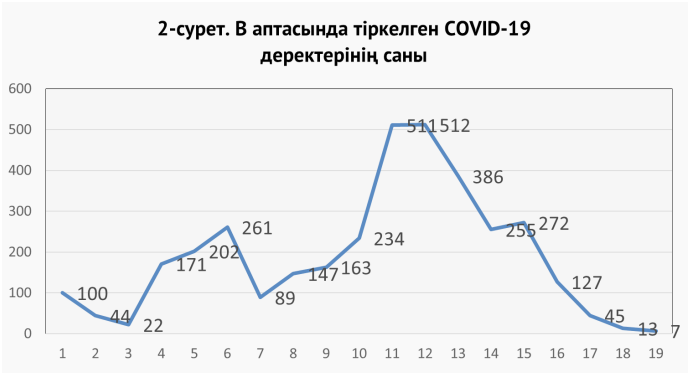
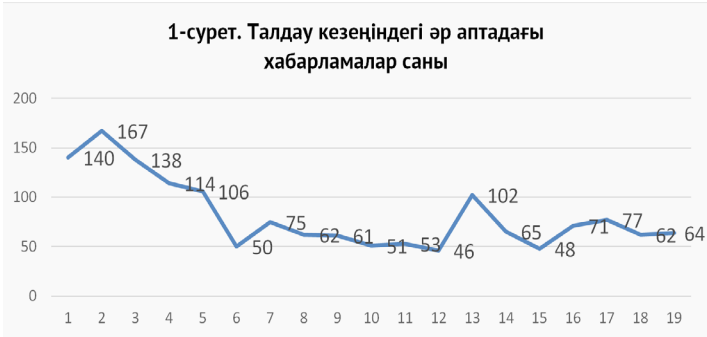
	Апта күндері	Тіркелген деректер (сырқаттар) саны	COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	Жылдың осы күнтізбелік аптасындағы эпидемиялық шекті мән (52 500 дерек)	COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші эпидемиялық шекті мәннен қанша есе көп/аз (+ немесе –, рет)	Сырқаттанғандар санының өткен аптамен салыстырғанда арту/азаяу қарқыны (+ немесе –, %)
1	06.04–12.04	24	0.0023	5%	–2173.91	–
2	13.04–19.04	29	0.0028	5%	–1785.71	+20.8
3	20.04–26.04	100	0.0095	5%	–526.31	+244.8

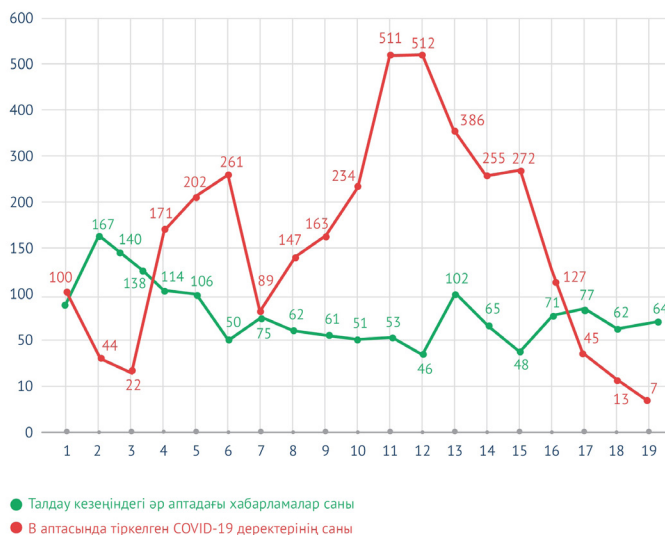
	Апта күндері	Тіркелген деректер (сырқаттар) саны	COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	Жылдың осы күнтізбелік аптасындағы эпидемиялық шекті мән (52 500 дерек)	COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші эпидемиялық шекті мәннен қанша есе көп/аз (+ немесе -, рет)	Сырқаттанғандар санының өткен аптамен салыстырғанда арту/азаяу қарқыны (+ немесе -, %)
4	27.04– 03.05	44	0.0042	5%	-1190.5	-56
5	04.05– 10.05	22	0.0021	5%	-238.1	-50
6	11.05– 17.05	171	0.0163	5%	-306.7	+677.3
7	18.05– 24.05	202	0.0192	5%	-260.4	+18.1
8	25.05– 31.05	261	0.0249	5%	-200.8	+29.2
9	01.06– 07.06	89	0.0085	5%	-588.2	-65.9
10	08.06– 14.06	147	0,014	5%	-357.1	-65.2
11	15.06– 21.06	163	0.0155	5%	-322.6	+9.8
12	22.06– 28.06	234	0.0223	5%	-224.2	+30.3
13	29.06– 05.07	511	0.0487	5%	-102.7	+118.4
14	06.07– 12.07	512	0.0487	5%	-102.7	+0.2
15	13.07– 19.07	386	0.0367	5%	-136.2	-24.6
16	20.07– 26.07	255	0.0243	5%	-205.8	-33.9
17	27.07– 02.08	272	0.0259	5%	-193.1	+6.7
18	03.08– 09.08	127	0.0121	5%	-413.1	-53.3
19	10.08– 17.08	45	0.0043	5%	-1162.8	-66.9

2-кесте. ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің сайтында және медиада ҚР ДСМ-ға сілтеме жасай отырып, COVID-19 туралы ақпарат, хабарламалар мен жаңалықтар жариялаудың ықпалына талдау

	А аптасының күндері	А аптасында COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	ҚР ДСМ сайтындағы COVID-19 туралы хабарламалар мен жаңалықтар саны	А аптасында ҚР ДСМ-ға сілтеме жасап, @shymkent, online Instagram аккаунтында COVID-19 туралы жарияланған хабарламалар мен жаңалықтар саны	А аптасында ҚР ДСМ-ға сілтеме жасап, TengriNews порталында COVID-19 туралы жарияланған хабарламалар мен жаңалықтар саны	ХХабарламалар мен жаңалықтардың жалпы саны	В аптасының күндері	В аптасында COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	А аптасымен салыстырғанда, В аптасында сыртқаттанғандар санының арту/азаяу қарқыны (+ немесе – және %)
1	06.04–12.04	0.0023	37	17	86	40	20.04–26.04	0.0095	+313.04
2	13.04–19.04	0.0028	48	14	105	67	27.04–03.05	0.0042	+50
3	20.04–26.04	0.0095	38	17	83	38	04.05–10.05	0.0021	–77.9
4	27.04–03.05	0.0042	26	14	74	14	11.05–17.05	0.0163	+288.1
5	04.05–10.05	0.0021	22	7	77	06	18.05–24.05	0.0192	+814.3
6	11.05–17.05	0.0163	11	13	26	0	25.05–31.05	0.0249	+52.8
7	18.05–24.05	0.0192	17	12	46	5	01.06–07.06	0.0085	–55.7
8	25.05–31.05	0.0249	17	13	32	2	08.06–14.06	0,0141	–43.4
9	01.06–07.06	0.0085	11	8	42	1	15.06–21.06	0.0155	+82.4
10	08.06–14.06	0,0141	1	10	40	1	22.06–28.06	0.0223	+58.2
11	15.06–21.06	0.0155	4	7	42	3	29.06–05.07	0.0487	+214.2
12	22.06–28.06	0.0223	13	8	25	6	06.07–12.07	0.0487	+118.4
13	29.06–05.07	0.0487	28	12	62	02	13.07–19.07	0.0367	–24.6
14	06.07–12.07	0.0487	21	4	40	5	20.07–26.07	0.0243	–50.1
15	13.07–19.07	0.0367	9	3	36	8	27.07–02.08	0.0259	–29.4

	А аптасының күндері	А аптасында COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	ҚР ДСМ сайтындағы COVID-19 туралы хабарламалар мен жаңалықтар саны	А аптасында ҚР ДСМ-ға сілтеме жасап, @shymkent.online Instagram аккаунтында COVID-19 туралы жарияланған хабарламалар мен жаңалықтар саны	А аптасында ҚР ДСМ-ға сілтеме жасап, TengriNews порталында COVID-19 туралы жарияланған хабарламалар мен жаңалықтар саны	Хабарламалар мен жаңалықтардың жалпы саны	В аптасының күндері	В аптасында COVID-19 дертіне шалдыққандардың қарқынды көрсеткіші (%)	А аптасымен салыстырғанда, В аптасында сырқаттанғандар санының арту/азаяу қарқыны (+ немесе - және %)
16	20.07–26.07	0.0243	16	10	45	1	03.08–09.08	0.0121	-50.2
17	27.07–02.08	0.0259	13	8	56	7	10.08–16.08	0.0043	-83.4
18	03.08–09.08	0.0121	12	3	47	2	17.08 – 23.08	0.0014	-88.4
19	10.08–16.08	0.0043	15	8	41	4	24.08–30.08	0.0009	-79.1





Талқылау

Жоғарыда атап өткеніміздей, коронавирус инфекциясын анықтау, емдеу және оның алдын алу шараларының сәтті болу-болмауы дайындық деңгейі мен денсаулық сақтаудың мемлекеттік жүйесінің қазіргі жай-күйіне байланысты. Осы ретте инфодемия, жалған ақпарат, конспирологиялық теориялар, алыпқашпа сөз, расталмаған деректер мен мәліметтердің таралуы сынды факторлардың ықпалын елемеге болмайды.

Кешенді контент-анализ бен ғылыми әдебиетке жан-жақты шолу жасаудың нәтижелеріне сүйеніп, бүгінде коронавирус инфекциясының пандемиясы тұсында қоғам денсаулығы мен денсаулық сақтау жүйесін тиімді ақпараттық-коммуникациялық басқару мәселесі халықаралық деңгейде де, Қазақстан Республикасында да аз зерттелген деген қорытындыға келдік. Инфодемия, дезинформация, сенімсіз және расталмаған ақпараттың таралуы сияқты жағымсыз факторларға қарсы күресу үшін психоәлеуметтік дағдарыстарға жол бермеудің озық халықаралық үлгілерін ескеріп, ақпараттық саясат стратегиясын әзірлеу керек.

Бұл жұмыс COVID-19 пандемиясы тұсында ҚР ДСМ ақпараттық саясатының Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына тигізген ықпалын анықтап, COVID-19 пандемиясы кезінде тиімді ақпараттық саясат қалыптастыруға бағытталған ұсыныстар әзірлеу мақсатын көздеген.

Бұл ретте, ең алдымен, COVID-19 дертіне шалдығу динамикасы негізінде Шымкент қаласындағы эпидемиологиялық ахуалға жедел талдау жасалды (нәтижелері 1-кестеде көрсетілген). Әр аптадағы көрсеткіштер жиналды: COVID-19 дертіне шалдыққандардың тіркелген саны, COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші, эпидемиологиялық шекті мән.

Осы мәліметтерді қолданып, осы мәндер есептеліп, кестеде көрсетілді: COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші эпидемиологиялық шекті мәннен қанша есе көп/аз (+ немесе –, рет) және бұрынғы аптамен салыстырғанда сырқаттанғандар санының арту/азаяу қарқыны (+ немесе –, %).

COVID-19 дертіне шалдыққандар саны ең көп болған мерзім және COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші 13 және 14-аптада тіркелген (сәйкесінше, 511 және 512 дерек), сырқаттанғандар санының қатты өсу қарқыны 6-аптада байқалды. Сол аптада сырқаттанғандар саны 22-ден 171-ге дейін артқан, яғни өсу қарқыны 677.3%-ды құраған. Талданған соңғы аптада сырқаттанғандар санының қарқыны күрт бәсеңдеп, 66.9% болған. Сондай-ақ 9 және 10-аптада сырқаттанғандар санының азайғанын атап өту керек: 65.9% және 65.2% болған.

COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші эпидемиологиялық шекті мәннен қанша есе көп/аз деген сұраққа келсек, қатты ауытқу талдау кезеңінің басында байқалған, талдау жүргізілген бірінші аптада COVID-19 дертіне шалдығудың 24 дерегі тіркелген, ал COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші 0.0023%-ды құраған: COVID-19 дертіне шалдығудың нақты қарқынды көрсеткіші әмбебап эпидемиологиялық шекті мәннен 2173.91 есе аз болды. Ең үлкен ауытқу 13 және 14-аптада байқалды (COVID-19 дертіне шалдығудың, сәйкесінше, 511 және 512 дерегі тіркелген): COVID-19 дертіне шалдығудың нақты қарқынды көрсеткіші әмбебап эпидемиологиялық шекті мәннен 102.7 есе аз болды.

Бұдан кейін ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің сайтында ақпарат жариялаудың және ҚР ДСМ-ға сілтеме жасап, COVID-19 туралы хабарламалар мен жаңалықтар таратудың ықпалына талдау жасалды (нәтижелер 2-кестеде көрсетілген). А аптасымен салыстырғанда, В аптасындағы сырқаттанғандар санының арту/азаяу қарқыны есептелді (+ немесе – және %). А аптасы деп талдау кезеңінің әр аптасы, ал В аптасы деп А аптасы аяқталған соң, 7 күннен кейін басталған апта алынды. Әрбір А және В аптасындағы COVID-19 дертіне шалдығудың қарқынды көрсеткіші есептелді (%). COVID-19 дертіне шалдығудың максимал қарқынды көрсеткіші А тобындағы 13 және 14-аптада немесе В тобындағы 11 және 12-аптада тіркелген: 0.0487%-ды құрады. Содан кейін А аптасында мына үш ресурста жарияланған COVID-19 туралы хабарламалар мен жаңалықтар санына талдау жасалды: ҚР ДСМ сайты, @shymkent.online Instagram akkaунты (дереккөз – ҚР ДСМ болған хабарламалар мен жаңалықтар ғана есепке алынды) және TengriNews порталы (дереккөз – ҚР ДСМ болған хабарламалар мен жаңалықтар ғана есепке алынды). COVID-19 туралы ҚР ДСМ сайтында ең көп хабарла мен жаңалық жарияланған кезең – А тобындағы 2-апта, жалпы саны: 48; @shymkent.online Instagram akkaунтында – А тобындағы 1 және 3-апта, жарияланымдар саны: 17; TengriNews порталында көп хабарлама мен жаңалық жарияланған кезең – А тобындағы 2-апта, жалпы саны: 105. Жаңалықтар мен хабарламалардың максималды жалпы саны: 167, бұлар А тобындағы 2-аптада жарық көрген.

Келесі кезеңде 2-кестенің №7 және №10 бағандарындағы деректер салыстырылды. 2020 жылғы 6–12 сәуір аралығын қамтыған аптада жоғарыда аталған ресурстарда 140 хабарлама жарияланды. 2020 жылғы 6–12 сәуір аралығын қамтыған аптамен салыстырғанда, 2020 жылғы 20–26 сәуір аралығындағы аптада сырқаттанғандар санының арту қарқыны 313.04% болған. Бұдан кейін мынадай өзгерістер орын алған:

Арту/азаяу қарқыны	Хабарламалар мен жаңалықтардың жалпы саны	№ жолдар
Аарту (+)	Көбейді (+)	2
Аазаяу (-)	Аазайды (-)	3
Аарту (+)	Аазайды (-)	4
Аарту (+)	Аазайды (-)	5
Аарту (+)	Аазайды (-)	6
Аазаяу (-)	Көбейді (+)	7
Аазаяу (-)	Аазайды (-)	8
Аарту (+)	Аазайды (-)	9
Аарту (+)	Аазайды (-)	10
Аарту (+)	Көбейді (+)	11
Аарту (+)	Аазайды (-)	12
Аазаяу (-)	Көбейді (+)	13
Аазаяу (-)	Аазайды (-)	14
Аазаяу (-)	Аазайды (-)	15
Аазаяу (-)	Көбейді (+)	16
Аазаяу (-)	Көбейді (+)	17
Аазаяу (-)	Аазайды (-)	18
Аазаяу (-)	Көбейді (+)	19

COVID-19 туралы хабарламалар мен жаңалықтардың жалпы саны қалай өзгергені және сырқаттанғандар санының арту/азаяу қарқыны 1 және 2-суретте көрсетілген. Мынадай корреляция байқалады: ҚР Денсаулық сақтау министрлігінің COVID-19 туралы хабарламалары, соның ішінде коронавирус инфекциясының таралуына байланысты халыққа айтқан ұсыныс-кеңестерінің саны артқан сайын халықтың хабардар болу деңгейі де артып, сырқаттанғандар саны азая бастайды. Ал ҚР Денсаулық сақтау министрлігі тарапынан COVID-19 туралы хабар, жаңалық тарату азайғанда, сырқаттанғандар саны көбейеді.

Қорытынды

Халықаралық тәжірибені талдау, Шымкент қаласындағы эпидемиологиялық ахуалды жедел талдау, ҚР ДСМ хабарламалары мен жаңалықтары көлемінің Шымкент қаласында коронавирус инфекциясының таралуына тигізетін ықпалына баға беру негізінде жарияланатын ресми деректер мен ақпараттың, сондай-ақ коронавирус инфекциясының таралуына байланысты халыққа арналған ұсыныс-кеңестер көлемін арттыру керек деген қорытындыға келдік. Бұл шара халықтың хабардар болу деңгейін, олардың билік органдарына деген сенімін арттырады, COVID-19 дертіне шалдыққандардың санын азайтуға септігін тигізеді. COVID-19 пандемиясы тұсында ҚР ДСМ-ның тиімді ақпараттық саясатын қалыптастырып, іске асыру мақсатымен төмендегідей ұсыныстар әзірленді:

1. Әр аймақ бойынша COVID-19 белгілері байқалған пневмония жөнінде статистика жүргізуді бастау, оны COVID-19 статистикасымен біріктіру;

2. Әр аймақтағы COVID-19 жөніндегі статистиканы емделіп жатқан науқастар саны және төсек-орын қорының қанша пайызы бос емесін білдіретін деректермен толықтыру;
3. Апта сайын көрсеткіштердің қаншалық өзгергенін, қазіргі кезде аймақтағы қауіп деңгейі қандай, осы қауіп деңгейіне сәйкес ақыл-кеңестер беріп, әрекет ету алгоритмін айқындау т.б. талдау ақпаратын жариялап тұру;
4. Енгізілетін шектеу шараларының бәрін тиісті зерттеу нәтижелеріне, бұрынғы эпидемиялар мен халықаралық тәжірибеге сай негіздеп отыру;
5. Тексерілген, расталған ақпаратты ғана тарату. Осы ретте ҚР Денсаулық сақтау министрлігі, БАҚ, қоғамдық ұйымдар және аймақтық, республикалық деңгейдегі азаматтық қоғам өкілдері арасында стратегиялық серіктестікті дұрыс жолға қойып, жедел түрде сапалы ақпарат беру мақсатымен ақпараттық ресурстарды өзара үйлестіре біріктіру;
6. Алыпқашпа әңгіменің, жалған ақпараттың таралуын қадағалау. Мұндай хабарламаларды алып тастап отыру керек. Ғылыми расталған ақпаратты ғана жариялауға рұқсат ету қажет. Бұл мақсатқа ғылыми негізі жоқ онлайн-контентті анықтауға мүмкіндік беретін мәтінді интеллектуалдық талдау әдістері көмегімен жетуге болады. Деректерді интеллектуалдық талдаудың қазіргі заманғы алгоритмдері фейк жаңалықтарға тән белгілерді ойдағыдай анықтап, жойып отырады.
7. Дезинформация жасап тарататын онлайн-порталдар мен жекелеген тұлғаларды жауапкершілікке тарту. Құқық қорғау органдары мұндай жайттарды анықтап, тергеу жүргізген соң, айыпты тарапты жазалап, айыпталғандардың заңды құқықтарының сақталуын қамтамасыз етуге тиіс. Осындай оқиғалардың алдын алу үшін БАҚ-та айыптылардың жазаға тартылғаны туралы жаңалықтарды жариялап тұру;
8. Бұрынғы эпидемиялар мен пандемиялар кезінде оң нәтиже көрсеткен профилактика тәсілдері, ем шаралары мен жүріс-тұрыс үлгілері туралы ақпарат жариялау. Саламатты әрекетті насихаттау сырқаттанғандар санының азаюына септігін тигізеді.
9. Жалпы халық үшін, әсіресе медициналық жәрдемге қол жеткізу мүмкіндігі шектеулі адамдар үшін телемедицина мен ақпараттық медициналық қызмет түрлерінің қолжетімділігін арттыру. Бұл шара аурухана ішінде инфекцияның таралу қаупін, сондай-ақ медициналық ресурстарды пайдалану қажеттігін азайтады.
10. ҚР Денсаулық сақтау министрлігі мен басқа да мемлекеттік органдардың өкілдері БАҚ алдына шығып сөз сөйлеуден бұрын арнаулы дайындық курстарынан өтуі керек. Бұл жарияланатын жаңалықтарды дұрыс түсінбей, қоғамдық денсаулық сақтау жүйесіне нұқсан келтіру ықтималдығын азайтады.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Ahmad, Murad (2020). «The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study». *Journal of Medical Internet Research*, 22(5):e19556.
2. Bendau, Petzold, Pyrkosch, Mascarell Maricic, Betzler, Rogoll, Große, Ströhle, Plag (2020). «Associations between COVID-19 related media consumption and symptoms of anxiety, depression and COVID-19 related fear in the general population in Germany». *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 20:1-9.
3. Bendjelloul (2020). «Folkhälsomyndighetens Johan Carlson: Det är klart att det kan kännas lite skrämmande». *www.dn.se*. Соңғы қараған күні: 05.10.2020.
4. Busari, Adebayo (2020). «Nigeria records chloroquine poisoning after Trump endorses it for coronavirus treatment». *www.edition.cnn.com*. Соңғы қараған күні: 30.09.2020.
5. Collinson, Khan, Heffernan (2015). «The effects of media reports on disease spread and important public health measurements». *PLoS One*, 10(11):e0141423.
6. Dubey, Biswas, Ghosh, Chatterjee, Dubey, Chatterjee, Lahiri, Lavie (2020). «Psychosocial impact of COVID-19». *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews*, 14(5):779-788.
7. Edwards (2020). «What's missing from Sweden's coronavirus strategy? Clear communication». *www.thelocal.se*. Соңғы қараған күні: 06.10.2020.
8. Gao, Zheng, Jia et al (2020). «Mental health problems and social media exposure during COVID-19 outbreak». *PLoS ONE*, 15(4):e0231924.
9. Ginsberg, Mohebbi, Patel, Brammer, Smolinski, Brilliant (2009). «Detecting influenza epidemics using search engine query data». *Nature*, 457(7232):1012-4.
10. Irwin (2020). «Misinformation and de-contextualization: international media reporting on Sweden and COVID-19». *Global Health*, 16(1):62.
11. Li, Chen, Chen, Zhang, Pang, Chen (2020). «Retrospective analysis of the possibility of predicting the COVID-19 outbreak from Internet searches and social media data, China, 2020». *Euro Surveill*, 25(10):2000199.
12. Lin, Braund, Auerbach, Chou, Teng, Tu, Mullen (2020). «Policy Decisions and Use of Information Technology to Fight COVID-19, Taiwan». *Emerging Infectious Diseases journal*, 26(7):1506-1512.
13. Majumder, Santillana, Mekaru, McGinnis, Khan, Brownstein (2016). «Utilizing nontraditional data sources for near real-time estimation of transmission dynamics during the 2015-2016 Colombian Zika virus disease outbreak». *JMIR Public Health Surveill*, 2(1):e30.
14. Marques-Toledo, Degener, Vinhal, Coelho, Meira, Codeço, et al. (2017). «Dengue prediction by the web: Tweets are a useful tool for estimating and forecasting Dengue at country and city level». *PLOS Neglected Tropical Diseases*, 11(7):e0005729.
15. Ruggieri, Trovarelli, Angelini, Pala, Berizzi, Donato (2020). «COVID-19 strategy in organizing and planning orthopedic surgery in a major orthopedic referral center in an area of Italy severely affected by the pandemic: experience of the Department of Orthopedics, University of Padova». *Journal of Orthopaedic Surgery and Research*, 15(1):279.
16. Santangelo, Provenzano, Piazza, Giordano, Calamusa, Firenze (2019). «Digital epidemiology: assessment of measles infection through Google Trends mechanism in Italy». *Annali di igiene: medicina preventiva e di comunita*, 31(4):385-91.

17. Shin, Seo, An, Kwak, Kim, Gwack, et al. (2016). «High correlation of Middle East respiratory syndrome spread with Google search and Twitter trends in Korea». *Scientific Reports*, 6(1):32920.
18. Shu, Sliva, Wang, Tang, Liu (2017). «Fake news detection on social media: a data mining perspective». *Special Interest Group on Knowledge Discovery & Data Mining explorations*, 19(1):22–36.
19. Song, Karako (2020). «COVID-19: Real-time dissemination of scientific information to fight a public health emergency of international concern». *BioScience Trends*, 14(1):1-2.
20. Spencer (2020). «False claims of nationwide lockdown for COVID-19». www.factcheck.org. Соңғы қараған күні: 30.09.2020.
21. Tasnim, Hossain, Mazumder (2020). «Impact of Rumors and Misinformation on COVID-19 in Social Media». *Journal of Preventive Medicine & Public Health*, 53(3):171-174.
22. Terry (2020). «COVID-19 and healthcare lessons already learned». *Journal of Law and the Biosciences*, 7(1):lsaa016.
23. The Lancet. «COVID-19: fighting panic with information». *Lancet*, 395(10224):537.
24. Wallen (2020). «Coronavirus: Indian man 'died by suicide' after becoming convinced he was infected». www.telegraph.co.uk. Соңғы қараған күні: 30.09.2020.
25. Watt (2020). «COVID-19 is an opportunity for reform in dentistry». *Lancet*, 396(10249):462.
26. Wilson, Mason, Tobias, Peacey, Huang, Baker (2009). «Interpreting Google flu trends data for pandemic H1N1 influenza: the New Zealand experience». *Euro Surveill*, 14(44):19386.
27. World Health Organization (2020). «Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak». www.who.int. Соңғы қараған күні: 05.10.2020.
28. Березин (2002). *Сущность и реальность массовой коммуникации*. Москва: РУДН.
29. Грабельников (2001). *Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества*. Москва: Москва.
30. Гундаров (2001). *Демографическая катастрофа в России: причины, механизм, пути преодоления*. Москва: УРСС.
31. Гундаров, Полесский (2007). «Методологические требования к оценке качества технологий измерения здоровья». *Менеджер здравоохранения*, 4(12): 73-85.
32. Жузжанов (2007). «Основные направления развития и реформирования национальной системы охраны и укрепления здоровья народа и развития здравоохранения». *Материалы III съезда врачей и провизоров Республики Казахстан*. Астана.
33. Жузжанов, Кашаубаева, Бектурганов (2007). «Повышение эффективности здравоохранения и проблемы интеллектуального и кадрового менеджмента». *Материалы III съезда врачей и провизоров Республики Казахстан*. Астана.
34. Засурский (1999). «Массовая коммуникация в современном мире». *Вестник Московского университета*, 18(3): 174-179.
35. Засурский (2003). «СМИ и становление в России гражданского общества». *Журналист*, 1(12):16-18.
36. Засурский (2004). *Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004*. Москва: МГУ.
37. Засурский (2006). «Теория коммуникации в контексте новых технологий». *Вестник Московского государственного университета. Журналистика*, 3 (12): 3.

38. Киялова (2010). «Оценка качества оказания медицинской помощи на догоспитальном этапе службой СМП». Материалы Центрально-Азиатской конференции «Современные инструменты обеспечения качества медицинских услуг». Астана.
39. Коновченко, Киселев (2004). Информационная политика в России. Москва: РАГС.
40. Миронова (2017). «Медиатизация российской реформы здравоохранения: опыт печатных СМИ». дис. ... к.ф.н.: Моск. гос. университет им. М.В.Ломоносова. – М., 2017. – 216 с.
41. Назаров (2002). Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва: Едиториал УРСС
42. Свитич (2000). Феномен журнализма. Москва: Икар.
43. Скворцова (2020). «Гундаров И : Эпидемия паники в обществе опасней, чем COVID-19». www.sobesednik.ru. Соңғы қараған күні: 05.10.2020.
44. Тоффлер (2001). Третья волна. Москва: АСТ.
45. Тоффлер (2003). Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. Москва: АСТ.
46. Тоффлер (2008). Революционное богатство. Москва: АСТ.

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ АЙМАҚТЫҚ МЕДИАДАҒЫ КОВИДКЕ ҚАРСЫ ШАРАЛАР ТУРАЛЫ ФРЕЙМДЕР (АТЫРАУ ЖӘНЕ ПАВЛОДАР ОБЛЫСТАРЫНДАҒЫ МЕДИАРЕСУРСТАР МЫСАЛЫМЕН)

Амина Үрпекова

COVID-19 пандемиясы тұсында бұқаралық ақпарат құралдарының айрықша рөлге ие және сенімді, сондай-ақ дер кезінде ақпарат таратудың маңызды екенін аңғардық. Дәл осы кезде «инфодемия» деген арнаулы термин пайда болды. Бұл сөз «эпидемия кезінде сенімді әрі сенімсіз ақпараттың көп жарияланып, пандемия туралы дұрыс мәлімет табуды қиындататынын» білдіреді (who.int, 2020).

Медиаресурстарда, әсіресе төтенше жағдай кезінде жарияланатын материалдар, қолданылатын бейнелер, символдар мен стереотиптер халықтың дұрыс көзқарас қалыптастыруына немесе теріс әрекетке баруына да түрткі бола алады. БАҚ – ақпарат берудің, ақпарат таратудың, соның ішінде мемлекеттік мекемелер ақпаратын таратудың негізгі жолдарының бірі. Осы ретте пандемияға қатысты тақырыптарда кімнің қалай хабар таратқанын зерттеу өзекті болып отыр.

Қазақстандағы мемлекеттік органдардың жұртшылықпен коммуникация жасау қабілеті нашар, халықтың жалпы мемлекеттік басқару жүйесіне сенімі аз, ал пандемия болса, халыққа дер кезінде хабарлауға, толық ақпарат беруге биліктің дайын емес екенін, БАҚ-тың кәсіби этикасы төмен, инфодемия алдында осал, фейк жаңалықтардың ықпалында кетуге бейім екенін айқын аңғартты.

Бүгінде пандемия тақырыбы өзекті әрі осы тақырыптағы жарияланымдарға сұраныстың көп болғанына қарамастан, Қазақстанның ғылыми әдебиетінде медианың пандемия туралы хабарлауы, пандемия кезіндегі мемлекеттің ақпарат саясаты сынды мәселелер аз қарастырылған. Тұтас алғанда, Қазақстандағы пандемия мәселесіне қатысты зерттеулерді екі топқа бөлуге болады: проблеманы медицина тұрғысынан зерттеген мақалалар (Semenova et al., 2020; Maukayeva & Kariomova, 2020; Zhalmagambetov et al., 2020); пандемияның экономикалық салдарын қарастыратын зерттеулер (Ионова, 2020; Buckley, 2020).

Қазақстанның пандемияға қарсы күресінің ақпараттық аспектілері, көп жағдайда, коронадағдарысты әлем елдері қалай еңсеріп жатқанын талдауға арналған ғылыми мақалаларда атап өтіледі. М.Ахуновтың (2020) Орталық Азия елдерінің пандемияға қарсы іс-қимылдарына баға беретін еңбегінде үкіметтің COVID-19 туралы ақпарат бермегені айтылады, дегенмен автор, жалпы алғанда, Қазақстан, Өзбекстан мен Қырғызстанның алғашқы карантин кезеңіндегі ақпарат саясаты табысты

болған деген қорытындыға келген. Әлеуметтік желілерде COVID-19 пандемиясы туралы ақпарат берудің ерекшеліктерін БАҚ тұрғысынан, яғни БАҚ тарапынан зерттеген материалдар жоқтың қасы. Сол себепті бұл зерттеу Қазақстандағы медианың пандемия туралы ақпарат таратуы мәселесін жан-жақты талдауға үлес қосу мақсатын да көздейді.

Әлемнің өзге елдері сияқты Қазақстан да пандемия кезінде коронавирустың таралуын шектеу үшін карантин шараларын қабылдаған еді. Алайда маусым-шілде айларында сырқаттанғандар саны күрт артқандықтан, үкімет халықтың наразылығын тудырған қатаң оқшаулау режимін енгізіп, ел аумағында жүріп-тұруға шектеу қоюға мәжбүр болды. Сол жағдайда БАҚ пен әлеуметтік медиа мемлекет іске асырып жатқан шаралар мен COVID-19-ға қарсы күресуге бағытталған нұсқаулар туралы ақпарат беретін негізгі дереккөзге айналды.

Қазақстан орталықтандыру деңгейі жоғары мемлекет екенін, яғни «ойын ережелерін» орталық айқындап, шешім шығарып, мемлекеттік басқару жүйесінің төмендегі деңгейлеріне пәрмен беретінін ескерсек, ковидке қарсы шараларға аймақтық деңгейде баға беріп, оған қандай реакция болғанын анықтаудың қызығушылық тудыратыны анық.

Сол себепті бұл жұмыс жергілікті деңгейде, яғни өңірлердегі БАҚ-тың ковидке қарсы шаралар туралы қалай хабар таратқанын зерттеуді көздейді. Бұл зерттеудің мақсаты – келесі негізгі және қосымша сұрақтарға жауап табу:

- Аймақтық электрондық БАҚ-та COVID-19 пандемиясына қарсы іс-қимыл туралы қандай ақпарат жарияланды?
- Аймаққа және жағдайдың ауырлығына байланысты хабар таратудың ерекшелігі бола ма?
- Жарияланған материалдарда орталық және жергілікті мемлекеттік билік қалай сипатталады?

Аталған сұрақтарға жауап беру үшін зерттеу фрейминг концепциясын негізге алады. Бұл концепцияға сай, медиадағы жарияланымдарда қандай да бір объектіні, тақырыпты немесе мәселені белгілі бір жолмен түсініп қабылдауға көмектесетін элементтер (шектеуші элементтер) болады. Олар жарияланымда сөз болған мәселені қалай тұжырымдау керегін, неге көңіл бөлу керегін айқындап тұрады. Сондықтан медиаресурстарда жарық көрген материалдарды фрейминг тұрғысынан зерттеу осындай шектеуші элементтерді анықтауға, аталған ресурстардың қоғамдық пікірге қай бағытта ықпал еткенін пайымдауға мүмкіндік береді. Бұл әсіресе пандемия, төтенше жағдай кезінде қажет жұмыс, өйткені қалыптасқан жағдайдың дұрыс шешімін табу – жұрттың оған қатысты түсінігіне, пікіріне тәуелді.

Бұл зерттеуде Р.Энтманның фреймингке берген мынадай анықтамасы қолданылады: «(адам) түйсініп қабылдайтын шындықтың кейбір аспектілерін іріктеп алып, оларды сөз болып отырған проблемаға нақты бір көзқарас, белгілі бір түсінік, моральдық баға және/немесе объектіге қатысты ұстанымды ілгерілететіндей етіп коммуникативті мәтінде алдыңғы планға шығару» (1993:52).

Фрейминг концепциясына сәйкес, бұл зерттеуде аймақтық БАҚ-тың пандемиямен күрес шараларына арналған жарияланымдарына шектемелі

талдау (фреймдік талдау, frame analysis) жасалды. Ғылыми әдебиетте фреймдік талдау жасаудың сан алуан тәсілдері айқындалған. Бұл еңбекте Р.Энтман ұсынған, кейін Дж.Кицингер модификациялаған (2007) әдістеме қолданылады. Ол мәтінге қатысты сегіз негізгі сұрақтан тұрады, зерттеуші оларға жауап бере отырып, талдау категорияларын құра алады. Сұрақтар мынадай бағыттарды қамтиды: проблеманы анықтау; пайдаланылған анықтамалар, лейблдер (айдарлар), фото, тілдік штамптар, бейнелер; акторлардың сипаттамасы; баяндау стилі; мәтіндегі цитаталар т.б.

Дереккөздер ретінде нақты бір аймақтағы ең танымал электрондық медиаресурстың ковидке қарсы іс-шаралар туралы жарияланымдары алынды. Қазақстандықтардың көбі ақпаратты электрондық БАҚ пен әлеуметтік желілерден оқитындықтан, біз де зерттеуге қажетті деректерді электрондық БАҚ-тан ғана алдық. Мәселен, ҚР Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігінің мәліметінше, бүгінде ел халқының 84 пайызынан астамы интернетті, атап айтқанда, орнықты интернетті емес, мобильді интернетті көбірек пайдаланады екен⁵. Сонымен қатар Қазақстандағы телевизия нарығын модернизациялау жайын зерттеген К.Сахарияновтың (2020) дерегінше, қазақстандықтар, орта есеппен алғанда, күніне үш сағаттай уақытын интернет контентін қараумен өткізеді. Бұған қоса, автор интернет-медиаға сұраныс артып, медианың бұл түрі – дәстүрлі қағаз БАҚ-тың орнын басып келе жатқанын атап өткен.

Талдауға 2020 жылдың шілде айында жарық көрген материалдарды ғана іріктеп алдық. Шілде айын таңдау себебіміз – сол кезде сырқаттанғандар саны күрт артқандықтан, екінші рет қатаң карантин енгізіліп, халықтың жүріп-тұруына шектеу қойылған және пандемияға қарсы іс-қимыл жоспары жасалған болатын. Сондықтан шілде айында БАҚ-та жарияланған материалдардың негізгі тақырыбы – пандемия және оған қарсы шараларды іске асыру еді. Осылайша зерттеуге 2020 жылғы 1–31 шілде аралығындағы жарияланымдар алынды.

Зерттеу аймақтары ретінде Атырау және Павлодар облыстарын таңдап алдық. Бұл зерттеу жобасы мәселесінің бірі – аймақтық БАҚ-тың өңірде қалыптасқан жағдайдың ауырлығына байланысты ковид тақырыбында ақпарат жеткізуінде айырмашылықтардың бар-жоғын анықтау болғандықтан, аймақтарды таңдағанда 2020 жылғы шілде айында науқастанғандар саны критерийіне сүйендік. Атырау облысы шілденің басынан ортасына дейін коронавирус жұқтырғандар көрсеткіші бойынша алдыңғы қатарда болған. Бұдан кейінгі кезеңде вирус жұқтырғандар саны азая бастаған, жалпы ел аумағында да осындай жағдай болды. Павлодар облысына келсек, аймақтағы сырқаттанғандар көрсеткіші орташа: тәулігіне 40–80 науқас тіркелетін (1-кесте).

5 В Казахстане посчитали пользователей интернета... Kursiv.kz <https://kursiv.kz/news/otraslevye-temy/2020-04/v-kazakhstane-poschitali-polzovateley-interneta>. Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 13 қазан.

1-кесте. Аймақтар мен республикалық маңызы бар қалаларда 2020 жылғы шілдеде COVID-19-бен науқастандардың көбею динамикасы (coronavirus2020.kz электрондық ресурсының деректері)

Облыс	1 шілде	2 шілде	3 шілде	4 шілде	5 шілде	10 шілде	15 шілде	20 шілде	25 шілде	31 шілде
Нұр-Сұлтан қ.	81	119	71	81	95	120	204	248	284	226
Алматы қ.	195	206	114	72	113	223	219	251	173	211
Шымкент қ.	43	100	101	76	84	80	76	27	39	26
Ақмола облысы	52	46	42	34	32	34	43	53	53	56
Ақтөбе облысы	63	59	41	36	32	87	53	17	12	24
Алматы облысы	111	123	117	122	71	109	88	54	59	55
Атырау облысы	287	327	377	342	325	243	218	96	85	45
ШҚО	111	91	152	149	96	154	133	163	192	111
Жамбыл облысы	45	65	82	56	59	68	87	61	53	50
БҚО	112	50	110	147	103	95	101	103	95	76
Қарағанды облысы	97	77	76	73	81	120	100	168	121	110
Қостанай облысы	11	48	52	36	17	65	49	57	59	64
Қызылорда облысы	105	25	37	30	40	61	74	119	24	16
Маңғыстау облысы	83	78	114	44	124	76	41	54	71	32
Павлодар облысы	59	37	68	52	53	59	63	67	73	84
СҚО	28	21	19	19	17	56	95	72	80	64
Түркістан облысы	26	29	71	83	61	58	30	20	21	39

Аймақтық электрондық БАҚ-ты ресурстың қамту ауқымы мен оқылымына қарап таңдадық. Осы критерийге сай, зерттеу нысаны ретінде Атырау облысының Ақ Жайық ақпараттық порталы мен Павлодар облысының PavlodarNews атты ресурсын алдық.

Zero.kz Интернет-статистика сервисінің ай сайынғы рейтингіне сәйкес, Ақ Жайық сайты 1 700-ден астам қазақстандық сайттың арасында 23-орынға, ал атыраулық ақпараттық сайттардың ішінде (2020 жылғы 11 қазандағы жағдай бойынша) бірінші орынға ие. Айта кетерлігі, бұл рейтинг сайтқа кіргендер, көргендер саны, хосттар көрсеткіші негізінде

жасалған, ол ақпараттық алаңдардың бәрін қамтымаған. 2019 жылғы желтоқсан мен 2020 жылғы қыркүйек аралығындағы сайт статистикасын қарай отырып, пандемия кезінде Ақ Жайық ақпараттық порталының танымалдығы айтарлықтай артқанын байқауға болады. Мәселен, 2019 жылғы желтоқсанда бұл сайт рейтингте 27-орында болса (кіргендер саны 360 мың, 4 миллионнан астам рет көрген), наурыз айында кіргендер саны 5,3 миллионнан асып, сайт рейтингтің 15-тармағына көтерілген. Сайтқа кіргендер, оқығандар саны ең көп болған кезең – маусым айы, сол кезде оған 800 мыңнан астам интернет пайдаланушы кірген. Шілдеде сайт рейтингте 18-орынға түсіп қалды, дегенмен оған 620 мыңнан астам адам кіріп, жалпы 6 миллионнан астам рет көрген екен⁶.

Өкінішке қарай, Павлодар облысының ақпараттық ресурсы Zero.kz рейтинг жүйесіне кірмейді. Алайда LiveInternet-тің 11 қазанға дейінгі мерзімдегі айлық рейтингіне сай, аталған ресурс жаңалық жарияланатын 164 сайттың арасында 43-орында болған. Сайтқа күніне, шамамен, 5 000 адам кіреді. Сонымен қатар бұл сайттың Instagram-да парақшасы бар, оған 34 мыңнан астам адам жазылған. Бұған қоса, PavlodarNews материалдары облыс пен қала тұрғындары арасында танымал, 174 мыңнан көп жазылушысы бар Типичный Павлодар атты Instagram парақшасында да жарияланып тұрады.

Жарияланымдарды порталдың 2020 жылғы шілде айындағы материалдары архивін тексеріп, қолмен іріктедік. Таңдау критерийі – жарияланымдардың тақырыбы, соның ішінде ковидке қарсы шаралар және оларды аймақтарда жүзеге асыру жайы. Зерттеуге аталған БАҚ-тардың түпнұсқа жарияланымдары іріктеп алынғанын атап өткен жөн, яғни өзге медиаресурстарда шыққан, қайта басылған материалдар тізімге енбеді. Осылайша зерттеуге барлығы 94 мақала іріктеп алынды, соның ішіндегі 60 материал – Ақ Жайық ақпараттық порталында, ал 34 жарияланым PavlodarNews сайтында жарияланған.

Жалпы, екі ресурстың да жарияланымдары көлемді емес, шамамен 200–300 сөзден тұрады. Әр материалдың тақырыпқа сай көрнекі суреті бар. Ақ Жайық, көп жағдайда, өз тілшілері түсірген фотосуреттерді қолданады, мұндай суреттер кейін сайттың басқа материалдарында да пайдаланылады. Сондай-ақ брифинг, кеңес, баспасөз конференциялары туралы жарияланымдарға сол іс-шараларда түсірілген ресми суреттер қоса беріледі. PavlodarNews иллюстрациялық фотоларды да қолданады, бірақ әдетте олар материалдар жарияланымда сөз болған іс-шараға қатысқан өзге ұйымдардікі. Бұдан бөлек, аталған ресурс Интернеттен алынған фотоларды да жариялап тұрады, мұндайда контент авторлары көрсетіледі.

Ақпараттық портал жарияланымдарын шартты түрде екі топқа бөлуге болады: ақпараттық және талдау немесе баға беру сипатындағы материалдар. Алғашқылары – ақпараттық жарияланымдар, аты айтып тұрғандай, халықты қандай да бір оқиға, іс-шара, шешім, қызмет нәтижелерінен хабардар етуді көздейді; автор немесе редакция жарияланым тақырыбына қатысты пікірін білдірмейді, баға бермейді. Әдетте мұндай материалдарда болған іс-шараның нәтижелері туралы баяндалады. Атап айтсақ, олар мынадай іс-шаралар: мемлекеттік

6 Сервис Интернет-статистики Zero.kz. Показатели сайта Ак Жайык. https://zero.kz/site/show/site_id_70976_sayt-atyrauskoy-gazety-ak-jayuuk/ Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 13 қазан.

органдардың пандемияға қарсы күрес, аймақта вирустың таралуына қарсы іс-қимылдар жөніндегі брифингтер, баспасөз конференциялары, ақпараттық мәлімдемелері мен ресми пресс-релиздері. Осы ретте PavlodarNews сайтының мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі аккаунттарын бақылап, ондағы ақпаратты өз жарияланымдарында пайдаланатынын да атап өткен орынды. Тиісінше, журналистер ресми деректерден алынған ақпаратты қолданып, мемлекеттік қызметкерлердің сөзін жариялайтындықтан, мұндай материалдардың баяндау мәнері әлдеқайда ұстамды, қасаң, ресми сипатта болады. Мысалы, осындай жарияланымдарда аймақтағы жағдай тұрақтанды, қаулысына сай, мемлекет басшысының жарлығына сәйкес, тапсырма берілді, құжаттар тиісті мекемелерге жолданды т.с.с. сөз тіркестері өріп жүреді.

Ақпараттық жарияланымдардың тақырыптарын да бірнеше топқа бөлуге болады. Аталған екі аймақта да өзекті мәселелердің бірі – өңірлерді дәрі-дәрмекпен қамту; жалпы, дәрілік заттардың тапшылығы проблемасы сөз болып отырған кезеңде бүкіл Қазақстанда аса өзекті еді. Сайттарда осы тақырыпта жарияланған материалдарда бағаны бақылау, алыпсатарлармен күрес мәселесі де көтеріліп, аймақтардағы биліктің дәрі тапшылығы проблемасын шешу үшін қандай шара қолданғаны туралы айтылатын. Бұдан кейінгі топтағы материалдар науқастарды ауруханаға жатқызу, ауруханалар мен провизорлық орталықтарды қажетті құрал-жабдықтармен қамтамасыз ету және медициналық персоналдың жетіспеуі мәселесін шешу жайында еді. Келесі топ ковидке қарсы шектеу шаралары тақырыбын қамтиды, бұл ретте тиісті қаулыларға енгізілген қосымшалар сипатталып, мемлекеттік органдардың карантин талаптары жөніндегі түсініктемелері берілетін және карантин режимін бұзу жайттарын анықтау үшін жүргізілген рейдтердің нәтижелері баяндалатын. PavlodarNews ресурсының тағы бір ерекшелігі – мұнда жергілікті бизнесмендердің гуманитарлық көмек бергені, қайырымдылық жасағаны туралы материалдар да шығып тұрады.

Электрондық БАҚ-тағы біз талдаған 94 жарияланымның 84-і бірінші топқа, яғни ақпарат материалы қатарына жатады. Аймақтар бойынша нақтыласақ, сол материалдардың 50-і – Ақ Жайық жарияланым, ал 34-і – PavlodarNews-тікі. Демек, осы ақпарат ресурсының зерттелген барлық материалы.

Жарияланымдардың екінші тобы шартты түрде талдау (аналитикалық) немесе баға беру материалдары деп аталады, себебі оларды медиаресурстың арнайы тілшісі жазған және онда аймақтағы жағдайға не қандай да бір мәселеге қатысты баға беріледі немесе редакцияның пікірі айтылады. Мұндай материалды журналистің өзі жазатындықтан, оны бұқараға ұсыну формасы да әртүрлі болады: фоторепортаж, сұхбат, тұрғындардың әлеуметтік желілерде қалдырған пікірі, осыларға қосымша редакция ұстанымын білдіру. Баяндау стилі тым ұстамды, ресми болмағанмен, белгілі бір шектен аспауға тырысады. Осы сияқты жарияланымдардың тақырыбын айқындайтын болсақ, оларды жергілікті биліктің пандемияға қарсы қолданған шараларға баға беру тақырыбына арналған ортақ топқа жатқызуға болады. Зерттеу кезеңі ішінде баға беру сипатындағы материалдар Ақ Жайық ақпараттық порталында ғана жарияланған, олардың жалпы саны – 10.

Аталған екі жағдайда да ковидке қарсы шаралар туралы мәлімет оларды жүзеге асыратын мемлекеттік органдар тұрғысынан баяндалған, яғни іске асырылып жатқан шараларға медиаресурс редакциясы тікелей баға

бермеген. Бұған қоса, айта кетерлігі, аймақтық БАҚ жарияланымдарында халыққа қосымша ақпарат ретінде пандемия кезіндегі іс-әрекет алгоритмі мен қажетті процедуралар туралы хабар таратылып, түсінік берілетін. Нақтырақ айтсақ, 42 500 теңге көлеміндегі әлеуметтік төлемге өтініш беру тәртібі туралы мәлімет жарияланып тұрды. Екі аймақтағы медиа әлеуметтік төлемге кімнің, қалай өтініш бере алатынын түсіндірген. Сонымен қатар PavlodarNews материалдарында ПТР-тест тапсыру процесіне баса назар аударылған (34 жарияланымның 2-еуі осы мәселеге арналған), оларда бұл тестті қай санаттағы азаматтардың тегін тапсыра алатыны, қаладағы тест тапсыру орындары, тест алып, оны талдайтын орталықтардағы бұл процедураның бағасы қанша екені туралы ақпарат берілген. Ақ Жайық порталы өз жарияланымдарына тұрғындардың облыстағы жағдайға мониторинг жасау, әсіресе дәрі-дәрмектің бар-жоғын және бағасын бақылау жолдары мен құралдары туралы ақпаратты қоса беріп отыратын.

Атыраулық медиаресурс, жалпы алғанда, пандемияға қарсы іс-шараларға тікелей баға бермесе де, жанама түрде дәрі-дәрмек тапшылығы, баға белгілеудегі айла-шарғылар туралы, дәріхана алдында ұзын сонар кезекке тұрғандардың суретін, қажет дәріні таба алмай әуреге түскен наразы қала тұрғындарынан алған сұхбаттарды жиі жариялау арқылы өңірде іске асырылып жатқан шаралардың кемшін, қолданыстағы баға мониторингі амалдарының тиімсіз екені туралы пікір қалыптастыруға ықпал еткен. Мысалы, порталда жарық көрген материалдардың бірінде дәрілік заттардың құнын тексеру нәтижелеріне мынадай баға беріледі: «Бұрынырақ Атырау тұрғындарының дәріханаларда тапшы дәрі түрлерінің бағасы бірнеше есе қымбаттағанына шағымданып, әлеуметтік желілерде жазба қалдырғанын ескерсек, бұл тексерістің нәтижесі мардымсыз деуге болады». Байқасаңыз, медиаресурс жергілікті билік органдарының қандай да бір мәселеге қатысты қызметіне халықтың көңілі толмайтынын жеткізіп тұр, мұны бұрын тұрғындар наразылық білдірген, Атырау тұрғындары шағым айтқан, бұған азаматтардың шағым түсіруі себеп болды деген сияқты сөздерден аңғаруға болады.

Бұдан бөлек, медиаресурс карантин енгізу туралы қаулылардың мәтінінде түсініксіз тұстар бар екенін, тиісті талаптарды толыққанды түсіндіру жұмыстарының жүргізілмегенін, азаматтар мен медицина қызметкерлерін қолдауға бағытталған жұмыстардың ашық болмағанын, осыған байланысты жергілікті тұрғындардың наразы екенін айтқан: халықтың көкейінде сұрақ көп, әлеуметтік желілерде қатты сынға ұшыраған, мәлімдемесі түсініксіз, сондықтан түсініктеме беруге тура келді; нақты нені білдіретінін (Денсаулық сақтау басқармасының жетекшісі) айтпады.

Көп жағдайда жарияланымға мемлекеттік органдардың ресми ақпараты арқау болғандықтан, ковидке қарсы шараларды іске асыру барысы сипатталатын мәтінде сандық көрсеткіштер мен етістіктің мынадай шақ формалары жиі ұшырасады: не істелді және не істеу жоспарлануда – тапсырма берілді, алынды, келісім жасалды, қосымша аламыз, жеткізіледі т.б.

PavlodarNews жарияланымдары толықтай дерлік облыс әкімінің аймақтағы COVID-19 пандемиясымен күрес бағытындағы қызметі туралы пресс-релиздер негізінде жазылған. Сондай-ақ облыс прокуратурасы, полиция департаменті мен медициналық сақтандыру қорының Павлодардағы филиалының деректері де қолданылған. Материалдарда

жұмсалған қаражат, сатып алынған медициналық жабдықтар және жалпы аймақ бойынша науқастанғандар туралы сандық деректер өте көп. Әлдебір қиын жағдай болғаны айтылса да, дәл сол жерде оны реттеу үшін қандай шара қолданылғаны да атап өтіледі: «Бізде оттегімен қамтамасыз етудің орталықтандырылған жүйесі жоқ, қарқынды терапия палаталарында оттегі баллондарын іске қосып жүрміз, әзірше осының өзі жеткілікті... Қазір ауруханамызды оттегімен қамтамасыз ететін жүйемен жабдықтауға қажет жобалық-сметалық құжаттар әзірленіп болды»; бүгінде медицина саласы жұмысшыларына жағдай жасауға қатысты барлық проблемалар шешілген. Бұған қоса, қабылданған шаралардың нәтижелі болғаны да баса айтылады, оған облыс аудандарында науқастанғандар санының азайғаны айғақ: бұл көрсеткіштің азаюына емханалар жанынан құрылған жылжымалы бригадалар да септігін тигізді. Мұнда да аймақта пандемияға қарсы күрес аясында атқарылған жұмыстар, берілген тапсырмалар, жоспарланған әрі іске асырылатын шаралар туралы айтылады.

Медиаресурстардың жарияланымдарында бірнеше актор аталады, оларды үлкен үш топқа бөлуге болады: жергілікті атқарушы билік, қадағалаушы органдар және облыс халқы.

Ақ Жайық ақпараттық порталында жарық көрген материалдарда аймақтағы атқарушы билік екіұдай кейіпте сипатталады, бұл жайт аталған ақпараттық материалдарға өз қызметіне әдетте оң баға беретін мемлекеттік органдар өкілдері сөздерінің арқау болғанымен байланысты, олар қызметінің тиімді екенін көрсету үшін: ереже бұзған көптеген нысанның жұмысы бірден ретке келтірілді, өкпені жасанды желдету (ӨЖЖ) аппараттары әзірше жеткілікті, алайда, шамамен, тағы 40 аппарат аламыз; бұл скрининг – жұмысшылары көп ұжымдарды қорғайтын ықпалды шара; бұл қызмет басқа аймақтардың арасында алғашқы болып Атырау облысында іске қосылды деген сияқты тіркестерді қолданады.

Осы ретте айта кетерлігі, жергілікті мемлекеттік органдар облыста қалыптасқан қиын жағдайдың себептерін, сонымен қатар қатаң карантин енгізу қажет екенін түсіндірген кезде орталық билік органдарына және жалпы Қазақстан бойынша жағдайдың ауыр екеніне сілтеп, мұндай жағдай Атырау облысына ғана тән емес дегенді алға тартады: өздеріңіз білетіндей, барлық аймақта дәрі тапшы; біздің өңірде ғана емес, бүкіл елде солай; Маңғыстау облысындағы Бұзашы және Қаражамбас кен орындарында тіпті карантин енгізіп тастаған.

Басқа жағынан алып қарасақ, медиаресурс редакциясы қалыптасқан жағдайды шешуге қауқарсыз жергілікті атқарушы билік бейнесін де көрсете білген. Мәселен, журналистер аймақтағы жағдайды сипаттаған кезде цитата келтіру немесе редакция пікірін білдіру арқылы: аймақ жұрты дүрлікті, тұрғындардың қамын ойлаған ешкім жоқ, Атырау облысының ахуалы шынымен мүшкіл, облысқа бейжай қарамайтын, жағдайды дұрыс бағалап, жұмысты ұйымдастыра алатын адам қажет; әкімдіктің солай істегені жөн болар еді; қазір халық қана емес, атқарушы билік те дүрлігіп, үрейі қашып тұр. Осы орайда облыс жетекшісінің бұрынғы бірінші орынбасарымен өңірдегі ахуалды тұрақтандыру үшін не істеу керек деген сұрақ төңірегінде болған сұхбат назар аударарлық.

Сонымен қатар орталық билік органдарының жергілікті биліктің қызметіне баға беріп, оны жария етуі де атқарушы органдардың жағымды бейнесін қалыптастыруға септігін тигізе қойған жоқ. Мысалы, сондай жарияланымдарда облыстық бас санитар дәрігер лауазымына астанадан келген маманның тағайындалғаны, оның бұрын көліктегі бас санитар

дәрігер қызметін атқарғаны, сондай-ақ мемлекет басшысының Атырау облысының әкіміне сөгіс жариялағаны айтылып, президенттің аймақ жетекшісі өз міндетін дұрыс атқара алмады деген сөзі келтірілген. Облыстағы жағдайды шешу үшін аймаққа вице-премьер Е.Тоғжановтың баратыны да хабарланды.

Осы контексте жергілікті мемлекеттік органдарды атқарушы билік деп атау да бекер емес, осылайша аталған құрылымдардың негізгі міндетінің не екені және олардың өзіне жүктелген міндеттерді дұрыс атқара алмай жүргені жеткізілген.

Медиаресурс жергілікті билік қызметіндегі сәтсіздіктердің бірі ретінде қабылданған шешімдер, процедуралар, азаматтар және бизнестің құқықтары мен міндеттері жөнінде ақпараттық және түсіндіру жұмысының нашар жүргізілгенін; сонымен қатар осы бағыттағы жұмыстар қолға алынды деген мәлімдемелерге қарамастан, тұрғындарға тиісті медициналық қызмет көрсету жүйесінің оңтайлы ұйымдастырылмағанын ерекше атап өткен: «Айтпақшы, бүгін кешкі алтыдан кеткенде дәріханаға бардым – барсам, жабық тұр. Шамасы, білмеген ғой әлі». «Сөз жүзінде бәрі жақсы, бірақ дәрігерден тексерілуге жолдама алудың өзі қиынның қиыны».

Медиаресурстың ӨЖЖ аппараттарын сатып алуға жарияланған тендер төңірегіндегі жағдай туралы баяндайтын мақалалар сериясын атап өтсек болады. Облыстық денсаулық сақтау басқармасы Оралдағы өндірушілермен аталған аппараттарды сатып алу туралы шарт жасасқан, бірақ кейін Денсаулық сақтау министрлігінің бұйрығына сілтеме жасап, шартты бұзған болатын. ҚР мәжіліс депутаты А.Перуашев осы шартпен байланысты түсініксіз жайттардың бар екенін айтып, мәселе көтерген. Портал журналистері шарттың неге бұзылғанын анықтау үшін жүргізген зерттеуі барысында белгілі болғандай, министрліктен шартты бұзу жөнінде ешқандай бұйрық түспеген. Денсаулық сақтау басқармасы осы іс туралы материал жарияланғаннан кейін ғана ресми жауап беріп, сатып алудан неге бас тартқанын түсіндірген. Дегенмен ресурс ресми мәлімдеме шыққан соң, мәжіліс депутатының осы мәселеге қатысты пікірін жария еткен, онда халық қалаулысы Атырау облысының мемлекеттік органдары тарапынан толық ақпарат берілмегенін және олардың аймақтағы ахуалы ауыр болған шақта ӨЖЖ аппараттарын сатып алу мәселесінде осалдық танытқанын атап өткен.

Қорыта келе айтарымыз, бұл жайт жергілікті биліктің төтенше жағдай кезінде облысты басқару қызметін тиісті түрде атқара алмағанын көрсетеді. Мәселе жоғары шенділер мен институттардың жұмысына баға беру тұрғысынан сипатталып, бұған прокуратураның көңіл бөлгені, демек, істе коррупциялық схемалардың болуы ықтимал екені айтылған. Прокуратура тексерісінің қорытындысы да жергілікті атқарушы органдар қызметінің тиімсіз екенін көрсететіндей нұсқада ұсынылған, яғни аймақтағы жағдайға солардың жауапты екеніне сілтеген: бюджет қаражатын тиімсіз жұмсауға және ауруханаларға аса қажет құралдардың жетпей қалуына алып келді.

Бір жағынан, облыс халқы да ковидке қарсы шараларды іске асыру мәселесінде мемлекеттік органдардың қызметіне түрткі болып отыратын қозғаушы күш ретінде сипатталған; тұрғындардың шағымдары, әлеуметтік желілерде, қала қызметтеріне хабарласып қалдырған пікірлері карантин туралы қаулыға өзгеріс енгізуге, қала дәріханаларындағы бағаларға

мониторинг жүргізуді бастауға себепші болды делінген. Басқа жағынан, ауру жұқтырғандар санының артуына карантин талаптарын бұзған азаматтардың өзі кінәлі екені де айтылды, мұндай ұстаным отбасылық жиын-той өткізгендер, жеке қорғаныс құралдарының болмағаны туралы жарияланымдарда көрініс тапқан: «Бетперде тақпағаны аз болғандай, заң бұзып жүр», «Адам мәңгі емес, той мәңгі», «Атыраулықтар карантин талаптарын елемей, ас беріп жүр», жиын-той өткізуге мүлде тыйым салынғанына қарамастан, жергілікті тұрғын ұлын үйлендіріп, қонаққа 50 адам шақырған; тыйым салынғанына қарамастан, көп қонақ шақырып, ас берген. Дәл осындай мәнерде санитарлық қауіпсіздік шараларын сақтамай, астыртын іс-шаралар өткізіп жүрген жергілікті кәсіпкерлерді де сынға алған.

Ақ Жайық ақпараттық порталында жарияланған материалдарда сөз болған кейіпкерлердің бір тобы – прокуратура органдары мен полиция департаменті сынды қадағалаушы, заң бұзу деректерін тіркеп отыратын органдар. Медиаресурс жарияланымдарында олардың қызметіне қандай да бір баға берілмеген. Тексеріс нәтижелері туралы ақпарат ресми сипатта, онда сандық көрсеткіштер, құқық бұзған тұлғалар, оларға қандай жаза не құқықтық шара қолданылатыны туралы мәлімет бар. Бұл тақырыпқа арналған материалдар қадағалаушы органдардың кәсіби қызметіне ғана көңіл бөледі, бұған қоса, ресурстың өзге жарияланымдарында сөз болған басқа акторларға сипаттама беру үшін аталған орган өкілдерінен дәйексөз де келтіріледі. Мысалы, тексеріс нәтижелері арқылы тұрғындар карантин режимін бұзған мен бизнес әшкереленген, сонымен қатар аталған орган деректерінде аймақ тұрғындарының белсенділік танытқаны да, яғни азаматтардан өтініш келіп түскен соң тексеріс жүргізілгені айтылған. Бұдан бөлек, жоғарыда атап өткеніміздей, прокуратураның қызметіне, жүргізген тексерістердің нәтижелеріне сүйеніп, жергілікті атқарушы биліктің жұмысына да баға беріледі.

PavlodarNews порталы материалдарының да кейіпкерлері, көбіне, атқарушы билік болып келеді, атап айтқанда облыс әкімі, медициналық сақтандыру қорының облыстық филиалы және облыс тұрғындары мен бизнес.

Облыс әкімі аймақтағы пандемиямен күрес майданында жүрген, жағдайды жіті бақылауда ұстап отырған, тиісті нұсқау, тапсырма беретін, тіпті ковидке қарсы шаралардың орындалуын жеке өзі тексеретін белсенді жетекші ретінде сипатталады: аймақ басшысы Екібастұздың медицина қызметкерлерімен әңгімелесті; аймақ басшысы медицина саласы жұмысшыларының қауіпсіздігін сақтауды талап етті; аймақ басшысы Жұмысшылардың дәріханалардың біріне кіріп, қандай дәрі-дәрмектің бар екенін сұрады; науқастардың хал-жағдайын білген облыс әкімі олардан медициналық қызмет көрсету мен тамақтың сапасы, дәрімен қамту т.б. туралы сұрады.

Аймақ жетекшісі басқару құрылымының шыңында тұрған, қажет болса тиісті тетікті іске қоса алатын адам кейпінде суреттеледі. Ақпараттық мәтіндерде әкімнің әлдебір шешім шығарғаны, тапсырма бергені баса айтылады, кейде мұндай мәліметтер бірінші жақта баяндалады: аймақ басшысы дәрі-дәрмектің тұрақтандырушы қорын жасақтауды бұйырды, қала басшылығына кадрлар жалдауды тапсырды, сонымен қатар аймақ басшысы ауылдарға дәрігерлер мен орта деңгейдегі медицина қызметкерлерін тартуды тапсырды; Үндеуіме қолдау білдіріп, жәрдем берген әріптесіме ризашылығымды айтамын; Абылқайыр Сқақов бастаған

жедел штаб туындаған мәселелерді дереу шешу үшін күн сайын онлайн кеңестер өткізіп жүр; дәріні дәріханаларға жеткізуді тапсырамын. Осы бір бейнені нығайта түсу үшін облыс әкімінің жұмыс сапарлары барысында түсірілген фотоматериалдар: әкімнің дәрігерлермен, науқастармен тілдесіп тұрған, ауруханалар, орталықтар мен дәріханаларды аралап жүрген кездегі суреттері де көрсетіледі. Осы ретте аудандардың облыс орталығына бағынатынын білдіру арқылы әкімнің ерекше мәртебеге ие екенін көрсетуге де бейімдік байқалады: ол үшін жергілікті билік, ең алдымен, тұрғын үймен қамту арқылы, мамандарға жағдай жасау керек; жергілікті биліктің міндеті – медицина қызметкерлерін, соның ішінде жоғарғы оқу орындарын бітірген медицина мамандарын тарту.

Жалпы алғанда, облыстағы жағдай аймақ жетекшісінің қызметіне тікелей байланысты болғандықтан, облыс жетекшісін жұмысы нәтижелі басшы кейпінде сипаттау үшін облыстағы ковидке қарсы шараларды жүзеге асыру барысы жағымды сарында баяндалады, яғни тиісті шара қолданып жатқаны, әкімнің шешіміне сай қосымша шаралар қолға алынғаны хабарланады. Қандай да бір проблема болса, мысалы, дәрі, медицина мамандары тапшы болса, бұл мәселелердің бақылауға алынғаны және жақын арада шешілетіні айтылады. Бұған айғақ ретінде жеткізілген медициналық жабдықтардың, жабдықталған ауруханалардың, палаталардың т.б. фотосуреттері көрсетіледі.

Медициналық сақтандыру қоры жөніндегі медиажарияланымдарда, негізінен, осы ұйымның атқарған жұмысы туралы ақпарат берілген. Әдетте пандемиямен күреске бағытталған іс-шараларға қанша қаражат жұмсалғаны айтылатын: Медициналық сақтандыру қоры жалпы сомасы 88,6 млн теңге болатын 6,5 мыңға жуық ПТР-зерттеуін қаржыландырды; енді қор науқастың анестезиология, жан сақтау және қарқынды терапия бөлімінде өткізген әр күніне төленетін ақыны өтеу үшін күніне шамамен 70 мың теңге бөледі; Әлеуметтік медициналық сақтандыру қоры жылжымалы бригадаларды қаржыландыру үшін жыл соңына дейін 7,7 млрд теңге көлемінде қаражат қарастырып қойды.

Облыс тұрғындары туралы материалдарға келетін болсақ, оларда, бір жағынан, жұрттың карантин талаптарын бұзғаны, ережелерді елемегені айтылса, екінші жағынан, азаматтардың волонтерлік бастамаларға атсалысқаны, қоғам белсенділерінің халықты бетперде тағып жүруге үндеген акцияларға қатысқаны, жеке қорғаныс құралдарын таратқаны, сондай-ақ өңірдегі кәсіпкерлердің қайырымдылық жасағаны, медициналық жабдықтар алып бергені, облыстағы медицина жұмысшыларына қолдау көрсеткені атап өтілген: пандемия Ертіс өңірі тұрғындарының бірлігін нығайтты; шаруа қожалығының иесі таратқан қымыздың емделушілерге де, медициналық қызметкерлерге де пайдасы тиді; жергілікті белсенділер жалпыреспубликалық акцияға қатысты.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, жалпы, екі аймақтың да медиаресурстары ковидке қарсы іс-шараларға қандай да бір баға бермеген. Баға беру жайттарын мемлекеттік органдардың атқарған жұмысы сөз болғанда ғана байқаймыз. Аталған екі аймақтың айырмашылығы да осында. Мәселен, Атырау облысының атқарушы билігі екіұдай кейіпте сипатталған: бір жағынан, оның жағдайды жіті бақылап отырғаны, аймақтағы пандемиямен күреске байланысты туындаған мәселелерді жақсы білетіні және оларды дер кезінде шешіп отырғаны; екінші жағынан, жергілікті биліктің қызметі тиімді емес, сәтсіз, дағдарыс тұсында оның аймақты сапалы деңгейде басқаруға қабілетсіз екені жазылған. Билік

қызметінің осылай сипатталғанын аймақтағы ахуалдың ауыр болғанымен, облыстың маусымда және шілде айының басында Қазақстанда вирус жұқтырғандар саны бойынша алдыңғы қатарға шыққанымен, халықтың төтенше жағдайда қалай әрекет ету керегін білмей дүрліккенімен, осыған қарамастан, жергілікті билік органдарының брифингтер мен баспасөз конференциялары кезінде статистикалық деректер келтіріп, жұмсалған сомаларды айтып, тиісті жұмыстардың атқарылғанына, Атырау облысындағы жағдайдың бүкіл Қазақстан аумағында қалыптасқан ахуалдан еш айырмашылығы жоқ екеніне сендіруге тырысқанымен түсіндіреміз.

Павлодарлық медиаресурс облыс әкімінің қызметі туралы көбірек ақпарат беруге ден қойып, облыс басшысын білікті, аймақтағы жағдайды, барлық құрылымдар мен институттар жұмысын жіті бақылап отыр, ковидке қарсы шараларды іске асырып жатыр деп жағымды жағынан сипаттаған. Бұған себеп – порталда осы тақырыпта жарық көрген материалдардың бәрі ақпарат сипатында болған және ресми пресс-релиздер, облыс әкімдігінің баспасөз қызметі, жергілікті мемлекеттік органдар жасаған мәлімдемелер негізінде жазылған. Осы ретте бұл аймақтағы жағдайдың Атырау облысындағыдай қауіпті болмағанын атап өткен жөн⁷.

Ақпараттық материалдардың көп болуының, олардың пресс-релиздер, брифинг нәтижелері, баспасөз қызметтерінің мәлімдемелерін қайталап жариялауының себебі – мемлекеттік органдардың ақпаратты аз беретіні. Internews Network халықаралық ұйымының Қазақстандағы өкілдігі елдегі медиақоғамдастық қажеттіктерін анықтау мақсатында 2019 жылы жүргізген зерттеудің нәтижелері көрсеткендей, Қазақстандағы БАҚ-тың дамуына кедергі келтіріп тұрған негізгі факторлардың бірі – ақпараттың қолжетімді болмауы немесе мемлекеттік органдардың сөз жүзінде ғана ашық болуы (Потребности медиаобщества Казахстана, 2019).

Алайда медиаресурстың мемлекеттік органдар қызметіне әртүрлі баға беруі оның мемлекеттік ақпараттық тапсырыс алғанымен де байланысты болуы мүмкін. Мемлекеттік тапсырыс Қазақстандағы медиа саласына қолдау көрсетуді көздегенмен, бұл институт іс жүзінде медиакөңілсіздігіндегі бәсекелестіктің азаюына, БАҚ-тың мемлекет есебінен ғана күн көруге бейімделуіне, жарияланатын материалдар сапасының нашарлауына, сондай-ақ тапсырыс берушіге тәуелді болуға, салдарынан объективті емес, біржақты, сыңаржақ жарияланымдардың көбеюіне әкеп соқтырады. Мысалы, құрамына PavlodarNews ақпараттық порталы кіретін «Ертіс-Медиа» ЖШС⁸ – Павлодар облысында мемлекеттік ақпараттық тапсырыс аясында қызмет көрсетуші тарап, бұл жайт аталған медиахолдингке кіретін БАҚ жарияланымдарының мазмұнына ықпал етуі ықтимал.

Ал Ақ Жайық ақпараттық порталының, керісінше, мемлекеттік билікке біршама оппозициялық ұстанымда екені мәлім, сондықтан оны Атырау облысында ғана емес, жалпы Қазақстанда көп оқиды, мұны осы медиаресурстың қазақстандық сайттардың рейтингінде жоғары орын

7 Ескерту: Бұл мақалада COVID-19-ды жұқтырғандар саны жөніндегі деректер ғана есепке алынған. Дегенмен осы кезеңде Қазақстанда атипиялық пневмонияға шалдыққандар санының күрт артқанын да атап өту керек.

8 «Ертіс-Медиа» ЖШС-ның қызмет көрсетуші тарап екені туралы ақпаратты мемлекеттік сатып алу сайтынан мына сілтеме арқылы көруге болады: https://www.goszakup.gov.kz/tu/registry/show_supplier/22974 Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 13 қазан.

алып тұрғанынан байқауға болады. Ол – Қазақстандағы аймақтық медиа арасында рейтингі ең жоғары ресурстардың бірі.

Сонымен, аймақтық медиада ковидке қарсы шаралар мен оларды жүзеге асыру барысы туралы ақпараттық материалдар басым. Зерттеу мерзімі ішінде баға беру, шолу жасау сипатындағы мақалалар атыраулық ресурстың ақпараттық порталында ғана жарияланған. Айта кетерлігі, ақпараттық материалдарға жергілікті билік органдарының мәліметі арқау болған, бұл аталған тақырыпқа қатысты хабар таратуға, фреймдер қалыптастыруға ықпал етпей қоймады.

Жалпы, зерттеу барысында аймақтық медиаресурстардың ковидке қарсы іс-шаралар туралы ақпарат беруінде айтарлықтай айырмашылық байқалмады. Баға беру сипатындағы материалдар, көбіне, жергілікті билік органдарының тиісті шараларды қалай атқарғаны туралы еді. Осы ретте айта кетерлігі, атыраулық медиаресурс жергілікті биліктің кемшілігі ретінде оның тұрғындарға арналған нұсқауларды дұрыс түсіндірмегенін, осылайша аймақ халқының сынына ұшырағанын жеткізген.

Пандемияға қарсы күрес проблемасы туралы ақпарат берудегі айырмашылықтарды сол күреске атсалысқан акторларды, атап айтқанда, жергілікті атқарушы органдарды сипаттау мәнерінен байқаймыз. Ақ Жайық аймақтағы тұтас мемлекеттік атқарушы органдар жүйесінің дәрменсіз, қызметі тиімді емес екеніне баса назар аударса, PavlodarNews, керісінше, облыс әкімін мықты басшы, жағдайды жіті бақылап, проблемаларды дер кезінде шешіп отырған жетекші деп сипаттаған. Бұл аталған ресурста 2020 жылдың шілде айында жарық көрген материалдардың барлығы мемлекеттік органдардың ақпараты негізінде жазылғанмен байланысты. Осындай айырмашылықтарды, біріншіден, аталған кезеңде облыстардағы эпидемиологиялық ахуалдың бірдей болмағанымен, ақпараттың, жергілікті мемлекеттік органдар қызметінің тиісті дәрежеде ашық, жариялы болмауымен және БАҚ-тың бір ғана тараптың сөзін сөйлегенімен түсіндіруге болады.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Buckley (2020) «China's Belt and Road Initiative and the COVID-19 crisis». *Journal of International Business Policy*, 3: 311–314. <https://doi.org/10.1057/s42214-020-00063-9>
2. Entman (1993). «Framing: Toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of communication*, 43 (4): 51–58.
3. Kitzinger (2007). «Framing and frame analysis». In Devereux, Eoin ed. *Media Studies: Key Issues and Debates*, London: Sage.
4. Maukayeva & Karimova (2020). «Epidemiologic character of COVID-19 in Kazakhstan: A preliminary report». *Northern clinics of Istanbul*, 7(3): 210–213. <https://doi.org/10.14744/nci.2020.62443>
5. Semenova, Glushkova, Pivina, Khismetova, Zhunussov, Sandybaev & Ivankov (2020). «Epidemiological Characteristics and Forecast of COVID-19 Outbreak in the Republic of Kazakhstan». *Journal of Korean medical science*, 35(24): 227. <https://doi.org/10.3346/jkms.2020.35.e227>
6. Zhalmagambetov, Madikenova, Paizullayeva, Abbay & Gaipov (2020). «COVID-19 Outbreak in Kazakhstan: Current Status and Challenges». *Journal of Clinical Medicine of Kazakhstan*, 1(55): 6–8. DOI: 10.23950/1812-2892-JCMK-00763
7. Ахунов (2020) «Пандемия COVID-19 как вызов для постсоветских стран Центральной Азии». *Международная аналитика*, 11(1): 114–128. <https://doi.org/10.46272/2587-8476-2020-11-1-114-128>
8. Всемирная организация здравоохранения. <https://www.who.int/ru> 1-Я Конференция ВОЗ По Инфодемииологии. Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 10 қазан.
9. Ионова (2020) «Центральная Азия в условиях пандемии». *Россия и новые государства Евразии*, II (XLVII): 81–94 DOI: 10.20542/2073-4786-2020-2-81-93
10. Представительство международной организации Internews Network в Казахстане. Потребности медиасообщества Казахстана. Сілтемесі: <https://ru.internews.kz/wp-content/uploads/2020/01/issledovanie-potrebnostey-mediasoobschestva-kazakhstana.pdf> Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 13 қазан.
11. Сахариянов (2020). «Модернизация казахстанской телевизионной отрасли: перспективы и проблемы». *InterConf*, (16). Сілтемесі: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/2564> Соңғы қараған күні: 2020 жылғы 13 қазан

COVID-19 КЕЗЕҢІНДЕГІ ҚАЗАҚТЫҢ ҮЙЛЕНУ ТОЙЫ МЕН ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ТАҒЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ

Динара Абилденова

Қазақстанда ұзақ та суық қыстан кейінгі көктем маусымы әдетте үйлену тойымен ерекшеленеді. Қазақстанда үйлену тойын мейрамға⁹ тұспа-тұс жасау үшін 22 наурызда жасағысы келетіндер көп, сондықтан мейрамханаға тапсырысты бір-екі ай бұрын беріп қояды. Дегенмен 2020 жыл ерекше болғанына бәріміз куәміз. Тойын 16 наурызға дейін жасап үлгергендер сияқты, жұрттың бәрінің жолы бола қоймады. Қазақстан үкіметі 16 наурызда елде төтенше жағдай жариялап, 11 мамырға дейін созылған төтенше жағдай кейін карантин режиміне ұласты. Қазақ жиын-тойға көп қонақ шақырып, аста-төк дастарқан жаяды, сондықтан карантиндегі шектеу шілдеханадан бастап, жерлеу рәсіміне дейінгі салт-жораның бәріне салынды. Карантин басталған сәтте қазақстандық медиада онлайн-үйлену тойлары туралы жазылып, көрсетіліп, оқшауландудың талаптары мүлтіксіз орындалып жатқандай көрінді. Жергілікті Алматы ТВ арнасының мәліметінше, үйлену тойын 22 наурызға белгілеген екі жас WhatsApp мессенджері арқылы онлайн-той өткізген (almaty.tv, 2020). Телесожетте екі жас күйеу жігіттің ата-анасымен бірге тұрып жатыр, қалыңдық ата-анасының батасын мессенджер арқылы алды. Бұл бір жағымды жаңалық болды, бірақ іс жүзінде халық карантин шектеуіне қарамастан, жиын-той өткізуді жалғастыра берді. Көп ұзамай бұл тақырып жаңалықтардағы басым контентке айналды. Осы орайда бірнеше сұрақ туды: COVID-19 кезеңіндегі қоғамдағы ахуалды медиа қаншалық шынайы көрсете алды? Әлде медиа жиын-той туралы үстіртін хабар ғана таратып, бұл жүріс-тұрыстың себебін түсіндіруге, тақырыпқа терең үңілуге тырысқан жоқ па?

Осы сұрақтарға жауап табу үшін мақалада (1) COVID індеті кезіндегі үйлену тойларының медиадағы репрезентациясына, содан кейін (2) карантин кезінде эфирге шыққан және әлеуметтік медиа қолданушылары бір-біріне таратқан үйлену тойлары туралы контентке мән беріп, аудиторияның медиамен қарым-қатынасына (реакциясына) талдау жасаймыз. Соңында (3) осы зерттеу жұмысымыздың келесі бір мақсаты – карантин нормасын бұзу туралы жаңалыққа кейіпкер болған адамдардың пікірін талдаймыз.

Мысалдарды баяндамас бұрын, мақалаға негіз болған басты үш элементті анықтап алайық. Олар – COVID-19, медиа және үйлену тойы. Алдымен COVID-19 осы зерттеу жұмысының жалғыз мақсаты емес екенін, тек медиа мен үйлену тойларын байланыстырушы фактор екенін атап өткен жөн. Екіншіден, медиа ұғымына осы бөлімнің кіріспесінде

9 22 наурыз – мереке күні, қазақтың жаңа жылы Наурыз мейрамы.

тоқталып өттік, сондықтан медиазерттеуге қатысты антропологиялық ұстаным туралы бірер сөз ғана қосамыз. Соңында медиаға және оның үйлену тойына қатысты контентіне тоқталып өткесін, мақаланың соңында үйлену тойын антропологиялық ұғым ретінде қарастырамыз.



1.1-сызба

Бұл мақалада Миллердің 10 антрополог әріптесімен бірге әртүрлі елдер мен әлеуметтік орталардағы әлеуметтік медиа жөніндегі зерттеулер легін жариялағандағы ұстанымын басшылыққа алдық (Ed. Miller, 2020). Миллер Англия ауылындағы әлеуметтік медиа (Social media in an English village) атты зерттеу мақаласында әлеуметтік медианың контентіне мән берудің маңызын былай түсіндірген:

Платформа әлеуметтік медианың көлігі іспетті. Әлеуметтік медианы түсіну үшін контентіне үңілуіміз керек, контент көбіне меншік құқығының түріне қарамастан, әртүрлі платформалар арасында ауысып жүре береді (2016: 1).

Бұл ұстанымды медиаплатформалардың бәріне қолдануға болатыны сөзсіз, себебі интернетте жаңалық платформасына жарияланған жаңалық бірер секундтың ішінде-ақ әлеуметтік медиа желілерінде тарап кетеді. Сондықтан интернеттегі жергілікті жаңалық платформасы мен телевизия сияқты әлеуметтік медиа және қоғамдық телерадио контентін зерттеуге тырысайық. Осы зерттеу жобасында контент деп қоғамдық және әлеуметтік медиалардағы COVID-19 кезінде өткен үйлену тойы туралы жаңалықтарды атаймыз.

Үйлену тойларының жергілікті медиадағы репрезентациясы

Мақаланы пандемия кезінде жергілікті телеарнаның эфиріне шыққан ең тиімді үйлену тойының мысалымен бастадық. Үкімет пен жалпыға ортақ қауіпсіздік талаптарына сай, ең тиімді үйлену тойы жоғарыдағы мысалда айтылғандай барынша аз қонақ келген той еді. Алайда ол мысалымыз өте сирек кездесетін позитив жаңалықтың бірі ғана болып, одан кейін әлеуметтік және қоғамдық медианың екеуіне де жарияланған контенттің басым бөлігі коронавирус карантиніндегі үйлену рәсіміне салынған шектеулерді бұзу мен шектеулерді бұзғандарға қолданылған шаралар туралы болды.

Мұны «карантиндегі үйлену тойы» сынды негатив сөз тіркестерінен байқауға болады (Nege media, 2020), тіпті жаңалық порталдарының бірі жас жұбайлар ғана қатысқан және екеуі де маска киіп отырған ең тиімді той мен жүзден астам қонақ келген ауладағы палаткада өткен тойды салыстырып көрсеткен. Жаңалықтың соңында қауіпсіздік нормаларына қайшы келетін мұндай тойға шара қолданылатынын ескерткен. Сөзбе-сөз келтірсек, «Үйлену тойын жасасаңыз, қамалуыңыз мүмкін» (Tengrinews, 2020). «Той жасағаны үшін айыппұл салды (sputnik.kz, 2020), «Той жасағаны үшін қамалды» (tengrinews.kz, 2020) деген тақырыптар медиа платформасы контентінде жиі қолданылып, мұндай жаңалық тез таралғаны, соның ішінде Instagram желісінде тез таралғаны байқалды.

Сонымен қатар медиахабарда салт жораларын вирустың таралуына әкеліп соғатын жол ретінде көрсету ұстанымы байқалған. Оған Алматы мен Шуда өткен құдалыққа барғаннан кейін COVID-19 вирусынан қайтыс болған солтүстік қазақстандық әйел туралы жаңалық мысал бола алады (holanews.kz, 2020). «Hola news» веб-сайтында жарияланған бұл жаңалықта Алматы облысы әкімшілігінің баспасөз хатшысына сілтеме жасалғаны – тосын жайт. Полиция департаментінің веб-сайтында салт-жоралғы жиындарын өткізгені үшін айыппұл салғаны, қамағаны немесе жиын-тойдың алдын алғаны туралы ақпараты бар басқа да мысалдар бар (polisia.kz, 2020).

COVID-19 кезіндегі үйлену тойы туралы осыған ұқсас контенттерді зерттей келе, үкімет пен медиа вирустың таралуы мен ауру жұқтырғандардың саны көп болғанына халықтың өзін кінәлауға тырысқанын байқаймыз. Үкіметті қоса атап отырған себебім: жоғарыдағы мысалдарда кей медиаплатформалар үкімет өкілдерінің мәліметіне немесе сөзіне сілтеме жасаған, кейде үкімет өкілдері де медиадағы жаңалықты қайталап айтқан кезі болған. Осы тұрғыдан коронавирус індеті кезінде қоғамдық және әлеуметтік медиа платформаларының екеуі де үкіметтің насихат құралы болған деген пайым жасауға болады. Алайда үкімет халықты үйлену тойын онлайн жасауға немесе мүлде жасамауға шақыра алмады. Бұл стратегияны жиын-той өткізгені үшін жаза қолданатынын медиадан көрсету арқылы немесе жергілікті полиция веб-сайттарында халыққа жиын-той ұйымдастырмау жөнінде ескерту жасау арқылы мүлде қарама-қарсы стратегияға ауыстырып алғанына алда көз жеткіземіз.

Жұлдыздардың үйлену тойлары

Ендігі бір қызық жайт халықтың медиамен қарым-қатынасында жатыр. Бұл әдетте Instagram, Facebook сияқты әлеуметтік медиада көрінген.

Instagram қолданушылары басқалардың, әсіресе танымал әнші сияқты қоғамдық тұлғалардың тойын бақылауға тырысқан. Мысалы, Instagram желісінде танымал әнші Төреғали Төреәлінің қарындасының ұзату тойының фотосуреттері мен видеосы тараған. Жұлдыздардың үйлену тойы туралы постқа пікір жазған жұртшылық «Біз тіпті жаназа шығара алмай отырсақ, бұлар үйлену тойын тойлап жүр» деп ашу білдірген (nur.kz, stan.kz, tengrinews.kz, @juldyzdar_alemi).

Әли Оқапов пен Ақерке Бүркімбаеваның тойында да осыған ұқсас жағдай қайталанған. Бастапқыда Атыраудағы ұзату тойынан жас жұбайлар мен олардың аналары тұрған бір фото жарияланған. Ол суреттен құда түсу рәсімі қалай өткені көрінбейді. Кейін Instagram платформасында үйлену тойында кәсіби фотограф түсірген фотосуреттер жарияланып, онда жас жұбайлар той киімінде тұрғаны және мейрамханада екені көрініп тұрды (@todaykz_news).

Осы екі жағдайда да полиция мен жергілікті әкімдік қызметкерлері шұғыл шара қолданған. Мысалы, 24-тамызда Денсаулық сақтау министрлігінің ресми өкілі Б.Қожахметовтың осы тойларды өткізгендер жазаға тартыла ма деген журналистің сұрағына жауабы (@todaykz_news) жарияланған:

Денсаулық сақтау министрінің тікелей қадағалауында. Министр бүгін Алматы қаласының бас санитар дәрігері Бекшинге телефон соқты. Қазіргі сәтте ішкі істер департаменті тойға кім қатысқанын, той қайда өткенін анықтап жатыр. Той шынында карантин кезінде жасалған ба? Әкімшілік құқықбұзушылық туралы кодекстің нормаларына сай шара қолдану үшін санитарлық талаптарды бұзған ба? Осы мәселелерді анықтап жатыр.

Кейінірек 29 тамызда @shymkent_news_ Instagram парақшасында Тауар мен қызметтің сапасы және қауіпсіздігін қадағалау департаментінің Т.Төреәлі қарындасын ұзату тойына қатысты деген ресми жауабын жариялаған. Айтуынша, той далада өткен, санитарлық талаптар бұзылмаған. Сондай-ақ басы бәлеге қалған мейрамхана иесі видеолар мен суреттер бұл мейрамханада түсірілмегенін айтқанын, Т.Төреәлі басқа қалада жүргенін жазған.

Сосын 9-қыркүйекте Instagram жаңалық платформасынан Атырау облыстық Тауар мен қызметтің сапасы және қауіпсіздігін қадағалау департаментінің есебіне сілтеме жасай отырып, Бүркімбаеваның ұзату тойын ұйымдастырушыларға 41 мың теңге айыппұл салынғаны жазылған (@juldyzdar_alemi 04.09.2020 post).

Аталған түсініктемелерге қарамастан, негатив пікір жалғаса берді. «Жұлдыздарға айыппұл төлеу түк те емес», «41 мың теңге төлеп, той өткізуге болады екен», «Байларға заң жоқ» деген сияқты пікірлер болды. Мұндай ашу-ызаны халықтың көбі өз жиын-тойын кейінге қалдыруға мәжбүр болғанымен түсіндіруге болады, себебі тойды жасырын жасау пандемияның да, заң шектеулерінің тұрғысынан да қауіпті еді.

Ел арасындағы мысалдар

Үйлену тойын ресми шектеуге қарамастан жасаған бірнеше адамды сұхбат беруге көндіре алдық. Әрине, мәлімет берушінің құпиялылық

жөніндегі талабын сақтау үшін аты-жөнін өзгерттім және тұратын облысын атамаймын.

Алдымен қайын атамыздың мерейтойын жасадық. Ол кезде коронавирус бар екеніне ешкім сенбейтін. Туыстарымыздың бәрін, тіпті басқа облыстағы жекжаттарымызды да шақырдық. Бірақ тойдан соң бәріміз бір-бірілеп ауыра бастадық. Ата-енем ауруханаға жатып шықты. Жастар аурудан оңай жазылды, ал сол мерейтойға қатысқан үлкендердің бірнешеуі дүниеден өтті. Мен ауырып жатқан кезде бауырым үйленді, бірақ мен әке-шешемнің үйінде өткен сол тойға бара алмадым. Бәріміз (қайын жұрты мен күйеуін айтып отыр) ауырдық, сондықтан менің әке-шешеме ауру жұқтырамыз деп қорықтық. Жалғыз бауырымның тойына қатты барғым келген, бірақ үйде емделіп жаттым. Сурет жіберуін сұраған едік, олар қорқып, суретке түспепті (Сәуле, 29 жас).

Бұл мысал, ең алдымен, халық бастапқыда коронавирустың бар екеніне сенбегенін көрсетіп отыр. Сондықтан да отбасылық жиындарды өткізіп, қатыса берген. Бірақ кейін вирустың бар екенін түсінген кезде қиналып қалған. Содан кейін ғана тойдан аяқ тарта бастаған. Бұл мысалдағы назар аударарлық тағы бір жайт – Сәуленің ата-анасы үлкен қызы ауырып жатса да ұлының тойын жасағаны. Оның бір себебі: Сәуленің інісі – жалғыз ұл екені. Қазақ үшін жалғыз ұлдың¹⁰ үйлену тойын дүркіретіп жасамау ұят саналады. Ешкім ұялтуы шарт емес, бірақ қазақтарда бұл әлеуметтік нормаға айналған, яғни ешкім ұялтпаса да, дүркіретіп той жасауды міндет санайды.

Екіншіден, бұл мысалдан халықтың медиаға назарын көре аламыз. COVID-19 кезінде тойда фото мен видеоға түсуден сақтанатын болды, себебі әлеуметтік медиаға тарап кететінін, сосын заң нормасын бұзғаны үшін айыппұл төлеу сияқты жазаға ұшырайтынын білді. Ондай жағдайды қоғамдық және әлеуметтік медиадан, әсіресе жұлдыздардың тойларын көрсеткен жаңалықтардан көріп отырды. Бұған мына оқиға мысал бола алады:

Аулада қонақтармен билеп жүргенмін. Бір кезде көршінің қызы өз ауласында тұрып, мобайл телефонына фото не видео түсіріп тұрғанын байқап қалдым. Сосын сол қыз түсіріп болғанға дейін көз алмай қарап тұрдым. Интернетке салып жібере ме деп қатты қорықтым (Ләйлә, 25 жас).

Бұл оқиға Ләйләнің әпкесінің құдалығында болған еді. Құдалықты карантинде аулада өткізген. Бұл мысалдан да той иелері жиын-той туралы мәліметтің медиаға жарияланып кетуіне жол бермеуге тырысқанын байқап отырмыз.

Сонымен қатар контенттің әлеуметтік медиадан қоғамдық медианың платформасына көшуінің мысалын да көрсете аламыз. 2020 жылғы 18 шілдеде Facebook қолданушысы Айдын Рахымбаев «Қазақтың ұяты 1,5 млн адамның COVID жұқтыруына себеп болды» деген пост жазған. Бір күннен кейін осы постты бірнеше Instagram қолданушысы (@tsentrtsiklona, 2020) мен ratel.kz (ratel.kz, 2020) және басқа да платформалар (baigenews.kz, 2020), (liter.kz, 2020) көшіріп басқан.

¹⁰ Жалғыз қыз болса да дәл солай.

Постың мазмұнына келсек, біздің ойымызша шындықты әсірелеп жазған, сондай-ақ бұл жерде мәселе халықтың ұят ұғымына қалай қарайтынында жатқан сияқты. Халық тойдың бәрін ұят болады деп жасап жатқан жоқ, бір жағынан, той – некені салт-жоралғымен заңдастыру. Екінші жағынан, халық әлеуметтік нормаға мойынсұнып отыр, ал мемлекеттік қызметкерлер ұсынған норма болса еш тарамаған өтірік вирустан сақтандыру сияқты көрінді. Той жасаған адамдардың нақты мотивін келесі бөлімде талдаймын.

Қазақстанның қоғамдық медиасында үйлену тойының ауқымы, шығыны туралы және тойды COVID-19 кезеңінде вирус таратушы басты фактор ретінде сынаған пікірталас Facebook-тегі осы постан басқа да жерде жиі кездесті. Жаңалықтан халықтың жиын-тойды шектеулерге қарамастан неліктен тоқтатпай жүргеніне себеп таба алмаймыз. Сондықтан да мақаланың соңғы бөлімінде үйлену тойын жасаудың жан-жақты себептерін түсіндіреміз.

Халық үйлену тойын неліктен әлі жасап жүр?

Меніңше, үйлену тойын COVID-19 кезінде де тоқтатпаудың басты себебі – осы рәсімдердің қазақ халқы үшін маңызының жоғары екенінде. Бүгінде қазақта жұбайлардың некесін заңдастырудың үш жолы бар. Азаматтық неке, дін жолымен тіркелген неке және салт-дәстүр бойынша үйлену. 2014 жылдың жазынан 2018 жылдың жазына дейінгі аралықта жүргізген зерттеуім қазақ халқында осы соңғы жол бойынша үйленудің маңызы басым екенін көрсетіп отыр. Себебі қазақ үшін неке екі жастың ғана одағы емес, екі әулеттің одағы. Ол одақ құдалықта құрылады.

Бірақ бүгінде «құдалық» сөзінің мағынасы да өзгерген. Ертеректе Кеңес Одағына дейін қазақ оны «құда түсер» деген (Кисляков, 1969). Ол кездерде жастарды атастырып үйлендіретін, кімге үйленетінін ата-анасы шешетін. Бүгінде «құдалық» ұғымы сәл өзгерген, себебі қазіргі салт байырғы дәстүрден өзгеше. Бүгінде үйлену туралы шешімді ата-анасы емес, екі жас өзі шешеді. Дегенмен құда түсу рәсімі екі әулеттің одағын заңдастырып, екі жастың одағына рұқсат беру рөліне ие. Осы салт-жоралғы кездесуінен кейін екі жас үйленген болып саналады. Ал некені тіркеудің басқа екі жолы, АХАЖ бөліміне тіркеу – ресми рәсім. Ал дін жолымен тіркеуге жастардың ата-анасы онша мән бере қоймайды, сондықтан оны жастар өзі шешеді.

Салт-дәстүр бойынша үйленудің осы функциясы тұрғысынан қарасақ, қазақ үшін құдалықтың маңызы зор, сондықтан COVID-19 кезінде некені АХАЖ-да тіркеу немесе дін жолымен қию қазақ үшін дұрыс үйленуге жатпайды деген пайымға келдік. Тақырыпты тарқата түссек, тойға келген қонақтардың бәрі осы екі әулеттің одағына куә болады, ал азаматтық неке мен діни неке екі әулеттің одағын заңдастыра алмайды.

Бұған қазақтың салт бойынша үйленуіне бұрын да ресми шектеу мен тыйым салынғанын, кеңес заманында ұлан-асыр той жасауға, тіпті қалың мал төлеуге тыйым салынғанын қоса кетуге болады (Massel 1974, as cited in Werner, 2009). Жасы үлкен сұхбат берушілеріміздің айтуынша, халық сол кезде де осы екі салтты жасырын жасаған. Үйлену тойы жиі болмаған кез де болған (60–70-жылдарда), бірақ 80-жылдарға қарай құдалықтың маңызы арта түскенін сұхбат берушілеріміздің сөзіне сүйеніп айта аламыз. Жалғыз айырмашылығы: ол кезде «құдалық» атауының орнына «қоржын әкелу» тіркесін қолданған, осы рәсімде қалыңмал да төлейтін.

Меніңше, бұл – тыйым салынған салтты көлегейлеу үшін әдейі жасалған нәрсе.

Тақырыпты жалғастыра түссек, Қазақстан ресми нормаларды бұзған жалғыз ел емес, Өзбекстан, Тәжікстан сияқты Орталық Азияның басқа елдерінің үкіметі де тұрмыс-салт жоралғыларының ауқымы мен шығынына бірқатар шектеу енгізген. Әйтсе де, олардың тыйым салу себебі – үкіметтің шектен тыс шығынын азайту еді. Бұл елдерде де шектеуге қарамастан нормаға мойынсұнбау байқалған (Trevisani 2016, Cleuziou 2019).

Елімізге оралсақ, үйлену тойы туралы жаңалықтарда үйлену тойы мен құда түсу туралы контент басым болған. Ал пандемияға дейін жиі жасалған және қазақтың үйлену тойының ажырамас бөлігі болып саналатын Ұзату тойы туралы контент аз кездескен. Сонда да кейбіреу қазақ халқы ұлан-асыр той жасауға келгенде рационал шешімге бағынбайды деп сынаған. Халық пандемия кезінде тұрмыс-салт тойларының көбін жасамағанын нық сеніммен айта аламыз. Қыз ұзату тойының орнына, қалыңдықтың үйінде шағын құдалық болса да немесе екі жақ келісіп,¹¹ қызды алып қашса да, қыз ұзату тойын жасамаған.

Мұнысы екі жақтың да (қалыңдық жақтың да, күйеу жігіт жақтың да) шығынын азайтуға қолайлы. Демек, халық рационал дәйекті де қолдайды, тек рационал ұғымын дәл анықтап алу керек. Себебі рационалдық ақша үнемдеу ғана емес, келешекте көмегі тиюі мүмкін өзара алыс-берісті сақтап қалуды да білдіреді.

Оған қоса, күйеу жігіт жақ үйлену тойын жасамаған, тек беташар рәсімін ғана жасаған әулеттер де бар. 50 адам ғана қонақ шақырып, санитарлық норманы сақтауға тырысқан, кей сұхбат берушілеріміздің айтуынша, қонақ санын шектеп, алыс туысқандарын, достары мен әріптестерін тойға шақырмаған. Тойға шақырмағанына ренжігендер де болған. Шынында, қонақтың нақты санын білу оңай емес. Сұхбат берушіміздің бірі 2020 жылдың жазында ұлын үйлендірген. Үкімет органдары қонақ санына шектеу қойып, тойлауға рұқсат берген, сондықтан қонақтарын бірнеше күн бойы бөліп шақырған, ал тойын үйлену тойы емес, беташар деп атаған.

Қорытынды

Түйіндей келе, пандемия кезінде жарияланған медиа және әлеуметтік медиа контентін сараптау барысында тапқан басты дәйектерімізді қорытқымыз келеді. Біріншіден, COVID-19 кезіндегі үйлену тойлары туралы медиада жарияланған материалдар мен үкіметтің мәліметі арасында тікелей байланыс бар. Екеуі де халықты вирусты таратқаны үшін кінәлаған, екіншіден, үкімет медианы тыйымды бұзғандарға қолданатын шараны ескертудің құралы ретінде қолданған. Одан кейін халықтың әлеуметтік медиаға назар аударуын зерттедік, әлеуметтік медиа қолданушылары бір-бірінің және қоғамдағы танымал тұлғалардың үйлену тойын жасауын бақылауға тырысқан. Мақаланы мысалдармен аяқтап, үйлену тойының халық үшін маңызын түсіндірдім. Үйлену тойын

11 қызды келісімімен алып қашқанына баса мән бергім келеді, себебі зерттеу жүргізген өңірде бүгінде қызды еркінен тыс алып қашпайды. Ондай үйленуді жөн санамайды. Ол туралы докторлық диссертациямызда егжей-тегжейлі жазып жатырмыз..

сынаудың орнына, қазақтың тойының мән-мағынасын түсінуге тырысу керек екенін қайталап айтқым келеді. Үйлену тойы халықтың күнделікті өмірдегі әлеуметтік нормаларынан хабар береді.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Schroeder, R. (2018). Media systems, digital media and politics. In R. Schroeder, Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization (pp. 28-59). London: UCL press.
2. (2020, March 30). Retrieved October, 2020 from polisia.kz: <https://polisia.kz/qyzyna-uzatu-ujymdastyrghan-akege-ajyppul-salyndy/>
3. (2020, March 27). From holanews.kz: <https://holanews.kz/news/49587/>
4. (2020, March 31). From sputnik.kz: https://sputnik.kz/regions/20200331/13455478/qyzylorda-oblysy-ayyppul.html?_ga=2.222045592.1203258672.1602962291-1608053897.1602962291
5. (2020, March 20). From tengrinews.kz: <https://tengrinews.kz/story/maska-onlayn-toy-ayyippul-kazakstandyiktartotenshe-jagday-395447/>
6. (2020, March 24). Retrieved October, 2020 from almaty.tv: <https://almaty.tv/news/proisshestiya/2018-karantin-dgastar-uylenu-toyyn-onlayn-otkize-bastady>
7. Miller, D. (2016). Welcome to the Glades. In D. Miller, Social Media in an English village (pp. 1-18). London: UCL Press.
8. (2020, July 19). From ratel.kz: https://ratel.kz/outlook/kazahskij_jat_stal_prichinoj_zabolevaniya_covid_bolee_15 mln_chelovek_v_strane
9. (2020, July 20). From baigenews.kz: https://baigenews.kz/news/kazahskiy_yat_stal_prichinoy_vspyshki_koronavirusa_-_rakhimbaev/
10. (2020, July 20). From liter.kz: https://liter.kz/kazahskij_yyat-stal-prichinoj-vspyshki-koronavirusa-ajdyn-rahimbaev/
11. (2020, July). From @tsentrtsyklona: https://www.instagram.com/p/CC4-aNtJ2sB/?utm_source=ig_web_copy_link
12. Werner, C. (2009). "Bride Abduction in Post-Soviet Central Asia: Marking a Shift Towards Patriarchy through Local Discourses of Shame and Tradition". The Journal of the Royal Anthropological Institute, 15(2), 314-331.
13. Ed. Miller, D. (2020, October 22). Why we post. From UCLpress: <https://www.uclpress.co.uk/collections/series-why-we-post>
14. (2020, July 20). From Nege media: https://www.nege.kz/news/economy/karantindegi_toi_20200720175827
15. (2020, March 20). From Tengrinews: <https://tengrinews.kz/story/maska-onlayn-toy-ayyippul-kazakstandyiktartotenshe-jagday-395447/>
16. Kislyakov, N. (1969). Ocherki po istorii sem'i i braka u narodov Srednei Asii i Kazakhstana. Leningrad: Nauka.
17. Trevisani, T. (2016). Modern Weddings in Uzbekistan: from 'above' and 'below'. Central Asian Survey, 35(1), 61-75.
18. Cleuziou, J. (2019). Traditionalization, or the making of a reputation: women, weddings and expenditure in Tajikistan. Central Asian Survey, DOI: 10.1080/02634937.2019.1617247., 346-362.

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫНЫҢ ҚАЗАҚ МЕДИАМӘТІНІНДЕГІ КӨРІНІСІНІҢ ЛИНГВОПРАГМАТИКАСЫ

Майра Жолшаева & Айман Жаңабекова

Кіріспе

Бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) негізгі қызметінің бірі – қоғамдағы түрлі оқиғалар мен құбылыстарды саралау, талдау, іріктеу және осы процестерден өткен өнім – медиамәтінді қалың жұртшылыққа дер кезінде ұсыну, ақпараттандыру. Бағдан Момынова БАҚ-қа тән мынадай функцияларды да атап көрсетеді: «Ақпаратты жеткізудегі комментарийлік-бағалаушылық қызмет; қабылдаушының таным-түсінігін, білім-білігін арттыруға септесетін – ағартушылық-танымдық қызмет; қоғам мүшелерінің дүниетанымына әсер ету қызметі; ақпаратты жеткізуде жағымды эффектілер тудыру үшін тиімді тәсілдерді пайдалану қызметі» (2003: 4).

БАҚ-тың аталған функциялары медиамәтінге адресант (*автор*) пен адресат (*оқырман*) тұрғысынан қарап, олардың өзара қарым-қатынасынан туындайтын жағдаят арқылы анықталады. Бұл – медиамәтінді лингвистикалық прагматика тұрғысынан қарастыру деген сөз.

Мерзімді баспасөз тілін, оның ішінде қазақ газеттерінің тілін зерттеу Бабаш (Бабанияз) Әбілқасымовтың еңбектерінен бастау алады. «Алғашқы қазақ газеттерінің тілі» атты монографияда 1870-1883 жж. жарық көрген «Түркістан уәләятінің газеті» және 1888-1902 жж. шыққан «Дала уәләятінің газеті» басылымдары тілінің фонетика-орфографиялық жүйесі, лексикасы, грамматикалық ерекшеліктері талданған (Әбілқасымов, 1971). Әр кезеңдегі қазақ мерзімді баспасөз тілінің лексикасы бірнеше зерттеуге нысан болды. Мысалы, газет тіліндегі байырғы сөздер мен кірме сөздердің қолданысы, сөз жасау үдерісі, көне тілдік тұлғалардың жандану себептері мен газет тілінің синтаксистік құрылысы (Исаев, 1983), 1970-1990 жж. арасында жарық көрген мерзімді басылымдар тіліндегі жаңа сөз қолданыстары (Алдашева, 1991), «Қазақ» газетінің қоғамдық-саяси лексика қабаты (Момынова, 1998) арнайы зерттеудің нысаны ретінде қарастырылды.

БАҚ-тың жазба тілді дамытуға, тілдің лексикалық қабатын байытуға қосар үлесі зор. Осы тұрғыдан, БАҚ тілінің бірінші кезекте лексика-грамматикалық құрылымы жағынан арнайы зерттеуге нысан болуы заңды құбылыс.

Қазіргі кезде медиамәтін ғылыми зерттеудің антропоэлекті парадигмасына сәйкес прагматикалық тұрғыдан қарастырылуда. Чарльз Морристің таңбалар теориясынан бастау алатын прагматика бағыты

таңба мен оны қолданушы арасындағы қатынасты зерттеуге негізделген (1983: 62).

Лингвистикалық прагматика – «тілді өз ішінде және өзі үшін» емес, адамның оны әрекет барысында қолданатын құралы ретінде қарастыратын пән. Бүгінде прагматика барлық лингвистикалық, көптеген логика-философиялық, социологиялық, психологиялық, этнографиялық бағыттар тоғысқан пәнаралық сипатқа ие болып келеді (Маслова, 2014: 29).

Жалпы «прагматика» сөзі грек тілінен аударғанда «іс», «әрекет» деген мағынаны білдіреді. XIX ғасырдың соңғы онжылдығында философиялық тағылым ретінде пайда болған прагматизм мақсатқа айрықша мән беруімен ерекшеленеді. Мақсаттың адамда сенім болып орнығуына, белгілі бір әрекетте табысқа жеткізетін қозғалыс болып орындалуына айрықша назар аударады. Лингвистикадағы прагматика туралы түсінік те осы аталған прагматиканың жалпы мәнімен сабақтас.

Зәуреш Ерназарова прагмалингвистикаға қатысты пікірін: «прагмалингвистика – тілдің негізі қызметі – қарым-қатынас құралы қызметін сөйлеуші және тілдік таңба арасындағы байланысты басшылыққа ала отырып зерттейтін тіл білімінің саласы» деп тұжырымдайды (2001:34).

Қарым-қатынас пен сөйлеу әрекеті – прагматиканың ажырамас бөлігі. Прагматикалық сөйлеу әрекетінің негізінде адамдардың бір-біріне тіл арқылы ықпал ету, әрекетке итеру ұғымдары жатады. Бұл ұғымдар қарым-қатынасқа қатысушы коммуниканттардың мақсатынан туындайды. Демек, сөйлеу әрекетін сөйлеушінің мақсаты тудырады. Жалпы қай сөйлесімнің прагматикасы болмасын, нақты жағдайдағы адамдардың қандай мақсатпен сөйлеп тұрғанын анықтауды мақсат тұтады (Тяжина, 2006: 57). Сонымен, прагматиканың міндеті – тікелей адресатқа ықпал етуге бағытталған тілдік қатынасты түсіндіру.

Лингвистикалық прагматиканың қызметі нақты емес, оған сөйлеуші субъект пен адресаттың өзара қарым-қатынасынан туатын мәселелердің бәрі кіреді (Қалиев, 2005: 253).

Прагматика тілдік коммуникацияда адресатқа бағытталған заңдылықты қалыптастырып, оны реттеп отырады. Осымен байланысты Николай Алефиренко коммуникативтік-прагматикалық лингвистиканың пәні мен нысаны тілдік бірліктердің прагматикалық сипатын зерттейтінін айта келе, оның сөйлеудің субъектісіне, адресатқа және олардың өзара қарым-қатынас жасауға ұмтылысы мен қарым-қатынас жағдаятына байланысты бірнеше аспектіде қарастырылатынын атап көрсетеді (2005: 221).

Тілдің прагматикалық аспектісі сөйлеуші не тыңдаушының айтылған, естіген нәрсені түсіну, ұғынуымен де байланысты. Интерпретация, түсіну ұғымдары тілдік таңбаның қолданылуымен, оның прагматикалық аспектісімен байланысты дискурс, пресуппозиция, жасырын мән, астарлама сияқты жаңа мәселелердің шешілуіне әкеледі (Ерназарова, 2001: 13).

Қазақ медиамәтінінің прагматикасы туралы еңбектер арасында БАҚ тілін адам факторымен бірлікте қарастырған зерттеулер де бар (Жақсыбаева, 2000; Ихсанғалиева, 2000; Кенжеқанова, 2015; Сейдалиева, 2017; Есенова & Дюсембина, 2020). Осы бағыттағы «Медиалингвистика: мерзімді баспасөз тілін зерттеудің прагматикалық аспектісі» атты

еңбекте медиамәтіндегі субъект категориясы, қазақ медиамәтінің прагматикалық ерекшеліктері талданып, медиамәтінді адресанттың прагматикалық ұстанымын жеткізуде қалай пайдаланғаны анықталған, сол арқылы қазақ тілінің қазіргі жайына лингвопрагматикалық тұрғыда баға берілген (Есенова, 2015).

Прагматикалық тұрғыда зерттеу нысанына алынған медиамәтін коммуникативтік тұлға факторының төңірегіне шоғырланған ақпараттық кеңістіктің материалдық көрінісі ретінде анықталып, жазба мәтіннің тілдік, тілдік емес құралдарының қызметі оларды пайдаланушы субъектілердің мақсат-мүддесі мен прагматикалық интенциясын жеткізуші тәсілдер ретінде қарастырылады (Есенова, 2007: 5).

Бұл мақаланың мақсаты – COVID-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісіне лингвопрагматикалық талдау жасау. Бұл, *адресант факторы* – адресанттың мақсаты, интенциясы, сөйлеу тактикасы, бағалау, адресатқа әсер ету, әрекетке итермелеу; *адресат факторы* – адресаттың ақпаратты қабылдауы, көзқарасы, эмоциялық күйі, реакциясы; жағдаят факторы – коммуникацияға қатысушылар арасында қарым-қатынас кезіндегі жағдаяттар, олардың коммуникация формасы мен тақырыбына ықпалы сияқты мәселелерді қарастырады.

Дүниені дүрліктірген COVID-19 пандемиясы бұқаралық ақпарат құралдарында өзекті тақырып болды және БАҚ халыққа дер кезінде індет туралы ақпараттарды жеткізудің басты құралына айналды. Осы тақырып аясындағы газеттің басты қызметі – індеттің таралу аймағы және статистикасы жөнінде ақпарат беру, ауру белгілері мен одан сақтанудың жолдарын көрсету, індетке қарсы қолға алынған іс-шаралар туралы, мемлекеттің халыққа берген жәрдемі, әлеуметтік қолдаулар жөнінде ақпарат беру; сондай-ақ пандемия кезінде халықты үрейге бой алдырмай, бірлесе күресу мен сабырға шақыру болды. Пандемия туралы мәтіндердегі ақпараттар осы жағдайда қоғамда туған әлеуметтік, экономикалық, саяси, рухани проблемаларды да нақты анықтап көрсетеді. Осы тұрғыдан алғанда, алғаш рет зерттеу нысаны болып отырған COVID-19 пандемиясының қазақ медиамәтініндегі көрінісінің лингвопрагматикалық аспектісі өзекті тақырып болып саналады.

Материал және метод

Зерттеу нысаны – COVID-19 пандемиясының медиамәтіндегі көрінісінің прагматикасы; зерттеу материалы – ресми басылым «Егемен Қазақстан» газетінде COVID-19 пандемиясына қатысты 2020 жылдың наурыз-тамыз айы аралығында жарық көрген мақалалар.

Зерттеуде мәтінді мазмұндық-құрылымдық, коммуникативтік-прагматикалық тұрғыдан қарастырғанда, сипаттау, талдау, салыстыру, қорыту сияқты зерттеудің жалпы әдіс-тәсілдерімен қатар лексикалық бірліктердің семантикалық реңктерін анықтауда компоненттік (семдік) талдау, грамматикалық тұлғалар мен синтаксистік құрылымдардың, айтылымдардың коммуникативтік-прагматикалық қызметін ашу үшін дәстүрлі морфологиялық, синтаксистік және функционалды-семантикалық талдау әдісі қолданылды.

Нәтижелер

Прагматикада негізгі категория – субъект категориясы (Степанов, 1981). Коммуникативті-прагматикалық зерттеулерде субъект категориясына қатысты адресант факторы маңызды, бұл автордың газет мәтіні арқылы көрінетін адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынасты реттеуші қызметімен байланысты. Сонымен қатар кейде адресаттың ықпалы басым болса, кейде коммуникацияға сәйкес екі субъект тең дәрежеде қарым-қатынас жасауы мүмкін.

Газет мәтініндегі автор мен оқырман тұлғаларының берілуінде екі концепция бар. Бірі – автор субординациялық қатынасты өзі анықтап, адресатқа қатысты алғанда, басшы, жетекші, оқытушы рөлін атқарады; екінші – автор адресатпен тең дәрежеде қатынас жасап, өзара сенімге ие болуға, екі жаққа да қолайлы атмосфера қалыптастыруға тырысады (Есенова, 2007: 143).

Адресат туралы Ирина Кобозева былай деп жазады: «Коммуникативтік актіге қатысушылар арасындағы адресат мәртебесі мен олардың қарым-қатынастағы жақындық дәрежесі сыпайы қарым-қатынастың қандай да бір түрін таңдауды жүйелеп отырады. Бұл олардың арасындағы таңдап алынған қарым-қатынас түрінен, бір-біріне ақпарат беруде ойды «жұмсақ» және «қатаң» формалармен жеткізуінен, ауызша қарым-қатынаста дауыс ырғағынан, арнайы сыпайылық маркерлерді қолдануынан көрінеді» (2008: 224). Осы берілген тұжырымдар негізінде материалдарды топтастыруда субъект категориясы негізге алынды.

COVID-19 пандемиясы қатысты «Егемен Қазақстан» газетіндегі мәтіндерді талдау нәтижелері:

1. **Медиаментіннің субъектілері болып саналатын адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынастар анықталды, олар:** 1) адресант пен адресат – субординациялық коммуниканттар; 2) адресант пен адресат – пікірлес коммуниканттар; 3) адресант пен адресат – қарсы пікірдегі коммуниканттар; 4) автокоммуникация – автор әрі адресант, әрі адресат.
2. **Адресанттың стратегиялық коммуникативтік мақсаттары айқындалды. Бұл:** 1) оқырманға ақпарат беру мақсатын көздеп, ақпаратты дайын күйде ұсыну; 2) қоғамдағы беделді тұлға ретінде пандемия жағдайын халыққа түсіндіру; 3) белгілі ақпаратты талдау негізінде өзіндік пайымын білдіру; 4) ақпаратқа, жеткізілген ой мен жасалған пайымға, пікірдің дұрыстығына адресатты сендіру; 5) басқа адресанттың пікірін қолдау; 6) өзге адресанттың пікіріне сыни көзқараспен қарау немесе пікірін жоққа шығару; 7) адресатты тәртіп және санитарлық талаптарды сақтауға шақыру; 8) елді ынтымақтастыққа, бірлікке шақыру.
3. **Адресат рөлі айқындалды:** 1) адресантпен пікірлес болу, қолдау; 2) адресаттың өзіндік көзқарасы немесе басқа пікірді қолдау арқылы адресант пікіріне қарсы болу; 3) автор ойына қатысты адресат жауабын эмоциялық бағалау түрінде көрсету.
4. **COVID-19 пандемиясының әр кезеңі көрінісінің прагматикалық ерекшеліктері анықталды:** 1) талдау материалдар елдегі індеттің таралу дәрежесін көрсететін медиаментіндердегі ақпараттың прагматикалық сипаты, мазмұны мен мақаланың тақырыпаттарына (заголовок) қарай хронологиялық жағынан үшке топтастырылды;

2) әр кезеңге тән мақалалар бойынша адресант прагматикасы көрсетілді.

5. **Тақырыпаттардың прагматикасы айқындалды:** Медиамәтіндегі мақаланың тақырып атауларынан пандемия жағдайындағы адресанттың адресатқа бағытталған коммуникативтік мақсаты айқын көрінеді және тақырыпаттар индеттің әр кезеңіндегі жағдаятты, болмысты танытады.

6. **Медиамәтіннің тілдік ерекшеліктері анықталды:** Адресанттың прагматикасына сай өзектендіруші ойды жеткізуде қолданған тілдік бірліктердің өзіндік ерекшелігі бар. Мәтінде лексикалық бірліктер, морфологиялық тұлғалар, синтаксистік құрылымдар, мақсатқа сай стильдік қолданыстар әсірелеу, сендіру, экспрессия, оқырман назарын аудару, адресатпен байланыс орнату, әсер ету, түрткі болу және тағы да басқа мақсаттарды жүзеге асыру үшін қолданылған.

Пікірталас

COVID-19 пандемиясына қатысты мәтіндердегі адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынастың бірінші түрі – субординациялық коммуниканттар. Адресант көп ретте Жолдау, Үндеу, Мәлімдеме жасау арқылы көрінетін лауазымды тұлға болып келетіндіктен, коммуниканттардың арақатынасы жоғарыдан төменге бағытталған байланыс деп танылады: адресант – жоғары, адресат – төмен.

Субординациялық коммуниканттар сөзі берілген медиамәтін типтерінің барлығының дерлік мазмұндық құрылымы жағдаят, ақпарат, іс-шара, факт, міндеттеме, қорытындыдан тұрады. Мысалы, «Егемен Қазақстан» газетінің №52 санындағы (17.03.2020) Қазақстан Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың Үндеуі және №62 санындағы (01.04.2020) Мәлімдемесі, №55 санында (20.03.2020) жарияланған Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті – Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың Қазақстан халқына Үндеуі және №67 санында (08.04.2020) жарық көрген «Бірлесе білген ел бәрін жеңеді» атты мақаласын талдап көрейік.

Кіріспеде жағдаят сипатталады: Қазір бүкіл әлем бұрын-соңды болмаған күрделі жағдаймен бетпе-бет келіп отыр. Коронавирус индеті дүниежүзін жайлап барады (Тоқаев, 2020b); ...Біз қазір «дүлей дауыл» деп сипаттауға болатын үлкен қауіп-қатер алдында тұрмыз (Назарбаев, 2020a).

Негізгі бөлімде статистика мен факті келтіру, атқарылатын іс-шара мен жүктелетін міндеттеме сипатындағы ақпараттар қамтылады.

- статистика мен факті: Бүгінде 177 мемлекетте 800 мың адам осы дертке шалдықты (Тоқаев, 2020b). Отандық кәсіпкерлерді қолдауға және жаңа жұмыс орындарын ашуға кемінде 300 миллиард теңге бөлінеді (Тоқаев, 2020a).
- іс-шара: Біз төтенше жағдай жариялап, Қазақстанда вирустың жаппай таралуына жол бермедік. ...Медицина қызметкерлерінің өмірін сақтандыру мәселесі де шешімін тапты (Тоқаев, 2020b).
- міндеттеме: ...Инфляцияның артуына байланысты зейнетақы, мемлекеттік жәрдемақы және атаулы әлеуметтік көмек мөлшерін, жылдық өлшеммен алғанда, 10 пайызға индексациялауды

тапсырамын. ... «Қарапайым заттар экономикасы» бағдарламасы арқылы қосымша 100 миллиард теңге бөлуді тапсырамын (Тоқаев, 2020b).

Қорытынды бөлімде халықты сабырға шақыру, сендіру, қолдау, бірлікке шақыру, рух беру, үндеу айтылады: Бұл – уақытша қиындық. Біз мұны міндетті түрде жеңеміз!; Еш мойымаңыздар! ...Ең бастысы, шыдамдылық, төзімділік және жауапкершілік танытайық; Біз – рухы асқақ, бірлігі бекем, еңсесі биік халықпыз. Сондықтан бұл сынақтан да сүрінбей өтіп, қиындықты еңсереміз деп сенемін! Біз біргеміз! (Тоқаев, 2020b).

Адресант сөйлеуші коммуникант болғандықтан, оның медиамәтіндегі коммуникативтік мақсаты модальдық құрылымдар арқылы беріледі. Модальдық – айтылған пікірдің шындыққа немесе сөйлеушінің айтылған пікірге қатысын білдіретін функционалды-семантикалық категория (Стариченок, 2008: 315).

Медиамәтіндегі субординациялық коммуниканттардың прагматикасы халыққа түсіндіру, сақтандыру, үрейге бой алдырмау, қолдау, сендіру, сенім арту, талап қою, міндеттеу, тәртіпке шақыру, тыйым салу, жауапкершілік жүктеу, ризашылық білдіру, үндеу, ынтымаққа шақыру, жігерлендіру арқылы індетті жеңіп шығуға үндейтін модальдық құрылымдардан тұрады. Бұл модальдық құрылымдар субординациялық коммуниканттың (адресанттың) COVID-19 пандемиясына қатысты адресатқа бағытталған дискурсының коммуникативтік-прагматикалық мақсаты, коммуникативтік стратегиялары мен тактикаларын айқын көрсетеді. Мысалы:

Түсіндіру: Бүгінде коронавирустың жаһандық экономикаға тигізген кері әсеріне күә болып отырмыз. Қазақстан да әлемнің бір бөлігі. Сондықтан біздің еліміз де осы ауқымды дағдарыстың салдарын сезінуде (Тоқаев, 2020a). ...Төтенше жағдай режимінің қашанда экономикалық және әлеуметтік салдары болады (Тоқаев, 2020b).

... Төтенше жағдайдың жариялануы – маңызды және қажетті қадам. Ондағы мақсат – біздің азаматтарымыз бен мемлекетіміздің мүддесін қорғау (Назарбаев, 2020a).

Сақтандыру: Коронавирус – батпандап кіріп, мысқылдап шығатын қауіпті дерт (Тоқаев, 2020b). Сақтанғанды Құдай сақтайды. Әр адам барынша сақтанып, вирустың таралмауына атсалысуы қажет (Тоқаев, 2020a).

Үрейге бой алдырмау, иландыру: ...Әлеуметтік мәселелердің ушығуына және жұмыссыздыққа жол бермейміз (Тоқаев, 2020a).

...Бұл – уақытша қиындық. Біз мұны міндетті түрде жеңеміз! Бүкіл әлем күресуде. Біз де бар күш-жігерімізді саламыз. Біз, мемлекет және қоғам болып, барша азаматтарымызға қолдау көрсетеміз, ешкімді көмексіз қалдырмаймыз. Мұқтаж адамдарға қол ұшын береміз. Бұған ешқандай күмән болмауы керек (Тоқаев, 2020b).

Бізде тәжірибе де, нақты іс-әрекет алгоритмі де бар (Назарбаев, 2020a). ...Бізге қажетті нәрсе – қаржы-қаражат, материалдық ресурс, техника, азық-түлік – бәрі бар. Алаңдауға, абыржуға еш негіз жоқ (Назарбаев, 2020b).

Қолдау: ...42 500 теңге көлеміндегі бұл қаражат бұрын тұрақты

жұмыс істеп, жалақы алғандарға ғана емес, сондай-ақ өзін-өзі жұмыспен қамтыған және ресми тіркелмей еңбек ететін азаматтарымызға да берілуі тиіс. ...Экономиканың ең көп зардап шеккен секторларындағы шағын және орта бизнес өкілдері 6 айға еңбекақы төлеу қорынан ұсталатын салықтан және басқа да төлемдерден босатылады (Тоқаев, 2020b).

Сенім арту: Еліміздің барлық азаматы өкілетті органдардың қызметіне қолғабыс көрсетеді деп сенемін. ...Күрделі кезеңде денсаулық сақтау саласының қызметкерлеріне зор сенім артылады (Тоқаев, 2020a). Бұл іске еріктілер қозғалысының өкілдері де атсалысады деп сенемін (Назарбаев, 2020a).

Талап қою: Азаматтарымыздың отбасылық іс-шараларды өткізбегені жөн деп санаймын. ...Бұқаралық ақпарат құралдары, интернет ресурстар тек ресми мәліметтерге сүйеніп жұмыс істеуі керек (Тоқаев, 2020a).

Міндеттеу: Бұл жұмысқа аймақтық ревизиялық комиссияларды, қоғамдық кеңестерді де жұмылдыру қажет (Тоқаев, 2020b). ...Менің тапсырмама сәйкес Үкімет, барлық деңгейдегі әкімдер осы мәселені қатаң бақылауда ұстайды (Тоқаев, 2020a).

Тәртіпке шақыру: ...Бүгінгі күрес даңқты қолбасшы Бауыржан Момышұлының «Тәртіпсіз – ел болмайды, тәртіпке бас иген ел – құл болмайды» деген қанатты сөзін еске салады және соны бекем ұстануды талап етеді (Назарбаев, 2020b).

Тыйым салу, шектеу: Қазақстан Республикасының аумағына кіруге және шығуға шектеу қойылады. ...Медициналық тексерістен бас тартып, карантин режимін бұзған азаматтар жауапқа тартылады. Жеке гигиенаны сақтап, көпшілік жиналатын жерлерге бармаған жөн (Тоқаев, 2020a).

Жауапкершілік жүктеу: Үкімет пен Бас прокуратура өңірлерде тиісті бақылау мен қадағалау жұмыстарын қамтамасыз етуге тиіс. ...Үкімет пен әкімдіктер көктемгі егіс науқанын ерекше бақылауға алу керек. ...Бизнес өкілдері өндіріс көлемін қамтамасыз ету, тұрақты бағаны ұстап тұру, жұмыспен қамту және өзіне жүктелген басқа да міндеттерді жауапкершілікпен орындауға тиіс (Тоқаев, 2020b).

Ризашылық білдіру және мадақтау: Барша қазақстандыққа сабыр сақтап, түсіністік танытқаны үшін алғыс айтамын. ...Полиция қызметкерлері мен әскери қызметшілерге де алғыс білдіремін. ...Ақ халатты абзал жандар бұдан да зор қолдауға лайық (Тоқаев, 2020b).

Үндеу, бірлікке шақыру: Біздің бірлігіміз – қазіргі қиындықты еңсерудің кепілі. ...Еліміздің барлық азаматын төзім танытуға, мемлекет қабылдап жатқан шараларды қолдауға шақырамын. Бірлік барда алынбайтын асу жоқ. Келе жатқан Наурыз мейрамы – біздің бірлігіміздің нышаны (Назарбаев, 2020a).

Біз біргеміз. Қиындыққа қайыспай, белімізді бекем буып, береке-бірлігімізден айырылмайық. Сонда ғана біз қастерлі тәуелсіздігімізді сақтап, Қазақстанды Мәңгілік ел болуға лайық ете аламыз (Назарбаев, 2020b).

Жігерлендіру: Қазақстан бұл қиындықты да еңсеріп, дамудың жаңа кезеңіне аяқ басады деп нық сенемін (Назарбаев, 2020a).

Біз – біртұтас ел, бірлігі берік жұртпыз. Мен әрқашан халқыммен бірге болғанмын, бұл жолы да сіздермен біргемін. ...Біз осындай сын сағатта

септігін тигізетін халқымыздың төзімі, ерік-жігері және өзіне деген сенімі арқасында міндетті түрде жеңіп шығамыз (Назарбаев, 2020b).

Мұнда адресант – мәтіннің мазмұндық құрылымында адресаттан жоғары тұратын субординациялық коммуникант және халықпен бірге тең дәрежедегі коммуникант. Субординациялық коммуникант ретінде, алдымен, мән-жайды түсіндіреді, әлемге қауіп тудырып отырған індеттің қазақ елін де айналып өтпейтіні, алайда мемлекеттің халықпен бірге екені, қолдау көрсететіні, бұл індеттің алдын алуға немесе онымен күресуге Қазақстан мемлекетінің әлеуметтік-экономикалық қорының жеткілікті екені, үрейге бой алдырмай, сабыр сақтау, енгізілген карантин жағдайында тәртіпке бағынудың қажеттігі сияқты мәселелерге түсіністікпен қарау керектігін жеткізуге тырысады. Адресант осы қиын жағдайда халықты тыныштандыру үшін түсіндіру тактикасын тиімді қолданған.

Пандемияның бастапқы кезеңінде халық сенбейтін сыңай байқатқаны белгілі. Сенімнің жоғы халықтың аурудан сақтанбай, шектеусіз жүріп-тұрып, ақыр аяғында науқасқа шалдығуына себеп болды. Осындай жағдайда мемлекет басшысы ретінде субординациялық коммуниканттар – адресанттар халықты барынша сақтануға шақырады.

Мұндай аласапыран уақытта ел ішінде тұрақтылықты сақтап, халықты үрейлендірмеу де қажет. Өйткені шектен шыққан қорқыныш, үрей ел ішінде дүрбелең туғызуы мүмкін. Осымен байланысты келесі міндет – халықты үрейге бой алдырмай, сабыр сақтауға шақыру. Адресант мәтін мазмұнында адресаттарды мемлекеттің осы қиындықтан қалай да шығатынына сендіруді мақсат тұтып, сендіру тактикасын қолданады. Бұл ретте мұндай қиындықтың қазақ халқының басында бұрын да болғаны, ел бірлігі арқасында талай қиындықты жеңіп келе жатқаны, пандемияға қарсы мемлекет тарапынан көптеген іс-шараның атқарылуы, Қазақстан мемлекетінің қаржы қоры жеткілікті (Назарбаев, 2020a) деген секілді алғышарттарды алға тартады.

Субординациялық коммуниканттар халықты сендіру мақсатында адресатқа бағытталған дискурста мемлекет тарапынан істеліп жатқан немесе қолға алынған қолдау-көмектерді фактімен жеткізуді көздейді. Осылайша халыққа сенім ұялатып, халыққа, оның ішінде медицина және тәртіп қызметкерлеріне сенім артып, олардың осы қиын жағдайға төтеп беруіне түрткі болады. Атқарып жатқан ерен еңбектеріне ризашылық білдіріп, оларға зор жауапкершілік жүктейді.

Қиын жағдайда халық денсаулығын сақтау үшін темірдей тәртіптің қажет екені белгілі. Көшбасшы коммуниканттар осы орайда ел ішінде тәртіп сақтау, яғни карантин талаптарын орындауды міндеттейді. Әлемдік пандемиямен күресуде халықты бірлікке, ынтымаққа үндейді. «Біз біргеміз!» пафостық құрылымы арқылы көпшілікті ел ішінде тыныштық сақтауға, індетпен күресуге шақырады және адресант адресатпен тең дәрежедегі коммуникант рөліне енеді.

Медиамаңдайда бұл аталған субординациялық коммуниканттардың коммуникативтік-прагматикалық мақсаттары, бір жағынан, адресанттар – көшбасшы тұлғалардың қызметтегі авторлық позицияларын танытса, екінші жағынан, шынайы өмірдегі тілдік жағдаяттарды толық сипаттап тұр деуге болады. Адресанттың түсіндіру, сендіру, үндеу прагматикалық мақсаты көзделген бұл Үндеу, мәлімдемелерді оқырман (адресат) қалай қабылдады деген сұрақ туады. Осы тұрғыдан алғанда, газетте жарық көрген мақалаларды саралау негізінде адресаттың үш типі анықталды: 1)

адресант прагматикасын қолдаушы адресат; 2) адресант прагматикасына қарсы адресат; 3) адресант прагматикасына бейтарап адресат.

Адресант прагматикасын қолдаушы адресат мысалына мәжіліс депутаты Сауытбек Абдрахмановтың «Тойларымыз алда!» атты мақаласын (№63, 02.04.2020) алуға болады. Адресанттың қолдау прагматикасы мақалада автордың мына сөздерінде айқын көрініс тапқан: «...Кұдыретке айтар сөз жоқ. Халыққа айтар сөз бар. Алдыңғы күнгі кеште сол сөз айтылды. Біздің күткен сөзіміз Мемлекет басшысының Мәлімдемесі – ерекше кездің ерекше сөзі. Ел басқарған адамның еңселілігі осындай сын сағатта көрінер еді. Көрінді». Адресант (субординациялық коммуниканттар) прагматикасын қолдайтын адресат қолдау прагматикасын жүзеге асыру үшін жоғарыда келтірілген үзіндіде Президент сөзінің салмағын нықтап, ашық көрсетеді және Қ.Тоқаевтың мәлімдемесіндегі карантинде атқарылған іс-шараны санамалап көрсетуін қайталау арқылы бекіте түседі. Сонымен қатар адресат мемлекет тарапынан жасалатын қолдауға халықты сендіру прагматикасын Қ.Тоқаевтың сөзі арқылы беріп, беделді алға тарту тактикасын қолданады, мысалы: «Кәсіпкерлерге көмек көрсетуіміз керек. Өйткені олар – экономикамыздың тірегі, – деді Тоқаев.

Халық өкілі адресат (С.Абдрахманов) адресант (Қ.Тоқаевтың) Мәлімдемесінде айтқан сөзі арқылы індетті еңсеретініне сенімін білдіреді: «...Тоқаевтың мәлімдемесінен кейін Қазақстанда коронавирус кеселіне байланысты төтенше жағдайдың дер кезінде жарияланғанына көзіміз жете түсті. Вирустың жаппай таралуына жол берілмейтініне үміт ояна түсті. Ахуалды бақылауда ұстап отырғанымызға, ең бастысы, алда да ұстай алатынымызға сене түстік», «...Мәлімдемені теледидардан жария еткендегі Қ.Тоқаевтың тастүйін отырысы, әр сөзін шегелеп айтқан шешімді келбеті осылай боларына сендіре түседі», «Басты тойларымыз әлі алда», – деді Президентіміз. Айтқаны келсін! Айтқанын келтірейік!», – деп адресат (С.Абдрахманов) адресант (Қ.Тоқаевтың) сөзіне тілекші, қолдаушы ғана емес, сол сөздің жүзеге асуына атсалысуға да шақырған үндеуімен мақаласын аяқтайды.

Қолдаушы адресаттың тағы бір ерекшелігі – мақалада тыңдаушы рөлінде ғана емес, үшінші бір адресатқа (халыққа) жеткізуші адресант рөліне де еніп отыруы. Бұл адресаттың қарапайым адам емес, халық қалаулысы, елдегі халық сенімін ақтаушы өкіл (депутат) болуымен де байланысты. Осы адресант рөлінде мақала авторы төменде Президент сөзін келтіре отырып, халыққа жеткізуге тырысады: «Президенттің ‘Дәл осы кезде мемлекетке қолдау көрсету керек’ деген сөзіне ерекше көңіл бөлуге тиіспіз. Вирус мемлекеттің мығымдығын сынаққа салып жатыр. Мысалы, алдымен Қытайды сынаққа салып еді, Қытай сынақтан абыроймен шықты. Алысып, арпалысып жүріп, ақыры індетті жеңді. Қалай жеңді? ...Ең алдымен, мемлекетшілдік дәстүрінің даралығымен, елдік санасының саралығымен, халықтың тәртіптілігімен, сақтығымен, жинақылығымен, жауапкерші-лігімен жеңді. Бірлігімен, елдігімен жеңді. Жөн сөзге көнетін, мемлекетіне сенетін халық екенін көрсетті. Солай етсек, шыдамдылық, төзімділік және жауапкершілік танытсақ, қазақы бейқамдықтан құтылсақ, сақтанғанды сақтайтынын ұғынсақ, бұл індетті біз де жеңеміз», – деп халық сенімін оята түседі. Демек, соңғы мәтінде автор Президент мәлімдемесінің оқырманы ғана емес, халықты індетпен күресуде тәртіпке, сақтыққа, жауапкершілікке, бірлікке шақырушы адресантқа да айналған.

Субординациялық адресант прагматикасына қарсы адресаттар

мақаласы, әдетте, ашық жариялана бермейді. Сондықтан мұндай негатив эмоцияға құрылған медиамәтін сирек кездеседі. Бұл мазмұндағы мәтіндер, көбіне, субординациялық коммуникантқа, көшбасшы тұлғаларға тікелей бағытталмайды. Олар жалпы мемлекеттік басқаруға көңіл толмау, кінә арту сипатында болады. Мысалы, Оралхан Дәуіттің «Карантин кезіндегі кезек» атты мақаласында (№66, 07.04.2020) эмоциялық күй төмендегіше көрініс тапқан: «Енді билік органдары, бір жағынан, адамдардың топталмауын барынша қатаң қадағалап отырса, екінші жағынан, ел тұрғындарының бір сәтте бір мекемеге жиналып, ығы-жығы кезекте тұруына мәжбүр етіп отыр. ... 'Басында зейнетақыны үйге әкеп береді деген болатын. Бірақ әкеп беріп жатқан пошташыны көрмедік. Ақпарат құралдарында көшеде үш адамнан артық адамның басы қосылмасын деп жатыр. Мынау не деген сұмдық? Ғимарат аузы-мұрнынан шығып жатыр. Құжынаған халық. Індет осындайдан тарайды емес пе? Онсыз да облысымызда індетке шалдыққандар санының сәт сайын көбейіп бара жатқаны шошытып тұр' деп күйінеді кейуана». Мәтінде мақала авторы кезекте тұрып шаршап, күйінген кейуана сөзі арқылы осы қысылтаяң жағдайдағы халық тарапынан айтылған абыржу, наразылықты көрсетуді көздеген. Әрі қарай, бұл эмоциялық күйін субординациялық коммуникант болып саналатын адресатқа сұрау қою арқылы жалғастырады: «Ендеше, қауіпсіздік шаралары қайда қалды? Осынау ығы-жығы кезек мемлекеттің бүкіл еңбегін еш қылмай ма? ...Сананы тұрмыс билеген заманда жаңа төлемді алма, кезекке тұрма деп халықты қалай ұстап тұрасың? Осыны көріп отырған жергілікті билік бір қам жасау керек емес пе? Неге зейнетақыны үйге жеткізіп бермеске? Неге жаңа төлемді алудың немесе құжат дайындаудың басқа да жолдарын қарастырмасқа?

Дәл осындай жағдаймен Қазығұрт ауданынан, Жамбыл облысының Тараз қаласынан, Шу ауданынан да тұрғындар хабарласты. Қалай айтсақта, бұл жағдай жергілікті биліктің де, халықтың да осы індеттің қаупін әлі де дұрыс сезінбей отырғанын, бейқамдығын байқатса керек», – деп автор билік орындарына халықтың наразылығын білдіріп қана қоймай, халықтың да індет қаупін сезінбей, көшеге шығып, тәртіп сақтамай отырғанын алға тартады. Мақалада автор адресат пен адресантқа қатысты рөлдік қатынасты өзгертіп отырады. Субординациялық коммуниканттарға қатысты адресат рөліне, сондай-ақ мақала авторы ретінде халыққа ойын жеткізуші адресант рөліне де енеді. Ал мұндай рөлдік қатынастардың осылайша ауысып отыруы газет мәтіндеріне тән құбылыс, өйткені газет мәтіні жанды дискурс емес.

Дискурс – коммуникативтік кеңістікте жүзеге асатын жазба мәтінде не ауызша сөйлеу тілінде орнығып отыратын коммуникативтік оқиға және реципиенттер интерпретациялайтын коммуникативтік әрекеттер нәтижесі. Демек, дискурс – коммуникативтік әрекеттің ауызша және жазбаша түрдегі вербалды жемісі. Газет мәтіндерінде дискурс жазбаша түрде жүзеге асатындықтан, тілдік қатынасқа түсушілердің бетпестік диалогі болмайды, сондықтан мұндай жазбаша қатысым жансыз дискурс ретінде танылады. Ал ауызша тілдесім жүзеге асқан дискурста коммуниканттар диалогқа түсетіндіктен оны жанды дискурс деп танимыз.

Бейтарап адресаттар субординациялық коммуникант – адресантқа, оның сөзіне, пікіріне, атқарып жатқан іс-шараға, билік органдарына тікелей қарсылығын білдірмейді. Мысалы, №63 санындағы (02.04.2020) «Ауылдағы ағайын әлі бейқам» деген мақалада автор Мұхтар Күмісбек былай деп жазады: «Заң ортақ. Талап бірдей. Ереже еншілес. Десе де 30-

40 адамға арналған шағын той-томалағы тыйылмай тұр. ‘Ол пәлекетін ауыл-аймаққа келе қоймас’ деген абысын-ажынның әнтек әңгімесі көше кезіп жүр. ...Дастарқаны жиналмайтын жұртымыздың әдетіне жоримыз-ау мұнысын. Әйтсе де, осы сәтте бір жеңнен қол, бір жағадан бас шығарып, Үкіметтің қаулысына құлақ асқанымыз әлдеқайда абзал. Азан-қазан басылған соң құдайы тамақтың да кезегі келер. Батпандап кірген ауру мысқалдап шығатынын ескерсек, біздікі не талтаң? Осы бір қысылтаяң шақта қыдырмай, қызық құмай шаңырағыңның түтінін түтетіп отырғанға не жетсін? Таяқтың екі ұшы бар дегендей, адамзатқа таяқ болып тиген қасіреттен де әйтеуір бір жақсылық күтетініміз бар». Бейтарап адресат болып табылатын мәтін авторы мақалада субординациялық коммуниканттарға, билік орындарына індет жағдайындағы дағдарыс туралы тікелей қарсы келіп, наразылығын білдірмейді немесе олардың сөзін, іс-әрекетін асыра бағалап қолдамайды. Олар болып жатқан жағдайды дүниедегі көп қиындықтың бірі ретінде қабылдайды, мұның да шегі болатынын және түбі жақсылықпен бітетініне сенеді. Автор прагматикасы фактілерді қарама-қарсы қою тактикасын пайдалану, сендіруді жүзеге асыру мақсатында қолданылған сұраулы құрылымдар арқылы іске асырылған.

Газет мәтініндегі адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынастың екінші түрі – адресант пен адресаттың пікірлес коммуниканттар болуы.

Адресант пен адресат тең, пікірлес адамдар ретінде қарастырылатын мәтінде арақашықтық сақталмайды, автор көбіне 1-жақ көпше форманы және бейресми қолданыс пайдалану арқылы оқырман-адресат тарапымен тең дәрежеге түсіп, халық өкілінің бейнесіне енеді (Есенова, 2007: 151).

COVID-19 індетіне қатысты медиамәтінде пікірлес коммуниканттарға айналған адресант сөздері де жиі кездеседі. Автор мұндай мәтіндерде 1-жақ көпше түрде, эмоциясын көрсететін әртүрлі қыстырмалар, естіген әңгімелерді жеткізуде күмәнді өткен шақ тұлғасын (-ыпты /-іпті) қолданады және өзіндік көзқарасын білдіріп, халық өкілі ретінде оқырманға сұрақ қойып, онымен пікірлес коммуникантқа айналады. Мысалы, газеттің №60 санында (30.03.2020) жарық көрген Абай Асанкелдіұлының «Коронавирус қайда пайда болған?» атты мақаласынан үзінді: «Бір қызығы, бұл зерттеуді Солтүстік Каролина университеті мен Уханьдағы биологиялық институт ғалымдары бірлесіп жүргізіпті. Бес жыл бұрын жасалған тәжірибе де вирустың шығу тегіне күмәнмен қарайтындар санын арттыра түспесе, кеміткен жоқ. Енді Covid-19 алғаш Уханьда таралды емес пе? ...Бірақ, әдеттегідей, ғалымдардың сөзін дер кезінде ешкім тыңдамаған секілді...

Сондай-ақ: «Десек те, оқшау ой қылаң бермей қоймайды: осы біздің пейіліміз тарылып бар жатқан жоқ па? Баталы сөзге байлам жасап, бәтуға тоқтайтын есті жұрт ұрпағының бүгінде аталы сөзге тоқтамайтыны қалай? Желік сөзге ерік беріп, жөн-жосықсыз жаға жыртасынымыз неліктен? Аттан мен айтаққа, арандатуға алаң болып, қарапайым адамшылыққа жатпайтын қылықтарға қысылмайтынымыз қалай? Мәселен, Қордайдағы қырғында он бір отандасымыз опат болды, көпшілігіміздің жүрегіміз селт етпеді. Бәрін жоққа шығаруға бейіміз, бәріміз – батырмыз. Ұлттың ұпайын ұранмен түгендейтіндер ұлықталып, үлкен істі үндемей атқарып жүргендер ұмытылып барады. Тұнығымыз лайланып, тұлғаларымыз тулаққа айналса, тұғырды қайдан табамыз?

Автор-адресант берілген мәтінді халықпен пандемия кезіндегі жағдай

туралы ой бөлісіп отырғандай құрастырған. Сұрау формалары арқылы екіжақты тілдесім орнатқандай диалогтік құрылым түзеді. Бұл сұрақ түріндегі құрылымдар оқырманды көтеріп отырған проблема туралы ойлануына «мәжбүрлейді».

Адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынастардың үшінші түрі – адресант пен адресаттың қарсы пікірдегі (оппонент) коммуниканттар болуы. Мұндай мәтінде адресаттардың бірі адресант пікірімен келіспейтіндер және бұл полемикалық мәтіндер деп аталады. Полемикалық мәтіндерде жазушы автордың пікіріне келіспей, өзіндік пікірін білдіруден бастап, автор пікіріне мүлдем қарсы кеп, автордың айтқан сөзін сынап-мінеп, әжуалап не болмаса намысына тиетіндей сөздер жазуға дейін барады. Қалбике Есенова оларды екіге ажыратып, «1-қарсыласты – достық ниеттегі оппоненттер, 2-қарсыласты – агрессивті оппоненттер» деп атайды (2007: 157).

Достық ниеттегі оппоненттер ретінде біз әлеуметтік желідегі COVID-19 пандемиясын күлкіге, қалжыңға айналдырып, сенбейтінін білдірген жазбаларға қарсы айтылған адресат тұрғысынан Мирас Асанның газеттің №85 санындағы (04.05. 2020) «Қалжыңда да қатер бар» мақаласынан үзінді келтірсек болады: «Дауасыз дертті қалжыңға айналдырып, әлеуметтік желінің бетінде желпінген жұртты көріп, жағамызды ұстап, жүдеп қалғанымыз рас. Бүгінде адамзатты алаңдатып отырған аты жоқ індет төрт мыңға таяу қандасымызды қармағына ілдіріп үлгергенін сезінер түріміз көрінбейді. Дауасыз дертке шалдыққандардың отбасына, ең бірінші, өздеріне оңай тиіп жатпағанын ойлар ниетіміз байқалмайды. Бір сөзбен айтқанда, әзілдейтін кезді тапқан екенбіз. Не болса, соны айтып, орынсыз қылжағымызды оңды-солды сілтеп, дүние дүрлігіп жатса да, мысқылдауымызды қояр түріміз жоқ. Осындайда аулына келген аты жоқ аурудың залалы мен зардабын қамсыз қазақ әлі де толық сезінбей отыр ма деген ойға қаласың. ...Реті келсе келемеждеп, сақтық шараларынан саяси астар іздеп, іріткі салушылардың қарасы тым қалың», – деп күйзеле отырып, автор індет жайын түсіндіргендей болады, елді тәртіпке шақырады: «Ұлт болып ұйысып, ел болып, есімізді жинайтын сәт баяғыда келді».

Агрессивті оппонент болатын полемикалық мәтіннің көбі әлеуметтік желілердегі даурықпа мәтіндер болып келеді. Әлеуметтік желідегі еркіндік пандемия жағдайында билік орындарына, медицина қызметкерлері мен тәртіп сақтау органдарына қатысты түсініспеушілік, абыржу, жалған ақпараттан туған пікірлер айтуға негіз болды. Әлеуметтік желілердегі осы сипаттағы агрессивті оппонент-адресант болатын полемикалық мәтіндерге қарсы адресант пікірін де мысалға келтіріп өтелік. Газеттің №53 санындағы (18.03.2020) Меруерт Бүркітбайдың «Ақпарат аурудан бетер болып тұр» атты мақаласында: «...Әлеуметтік желіде індет жұқтырған ақпараттан бөлек, олар кімдер, жағдайлары қалай, емдік шаралары қандай, жазылғандар неге көпшілікке шықпайды деген сұрақтарды көзің шалады. Дұрыс сауал екен деген бірінші ойдан кейін, мынадай жағдайда науқас пен дәрігердің әлеуметтік желіге кіріп, хал сұрасып отыратын уақыты қайда деген заңды жауап пайда болады. Бұл жағдайда бір нәрсенің анық-қанығын білгісі келген адамға ең алдымен статистика көмекке келмек. Ресми дерекке сүйенбей, көлгірсіп отырғандарға не дерсің? Әсіресе, әлеуметтік желіде мыңдаған аудиторияны телміртіп, күттіріп отырған белсенді қолданушылар бар. Қазір интернетте не көп, коронавирустың әлемдегі ахуалын көрсететін онлайн-карталар мен

интерактив дереккөздер көп. Осындайда оқырман қайсысына сенерін білмей, дал болатыны анық.

...Соңғы күндері ақпарат кеңістігінде коронавирусқа қатысты ақпараттардың көптігі жасырын емес. Ал олардың қаншалық шындыққа жанасатыны бөлек мәселе. Жалған ақпаратпен күрес Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының да басын қатырған мәселе болды. ...Жалған ақпарат таратқан адамдар заң шеңберінде жазалануы мүмкін екені айтылды». Осылайша автор «ақпараттың дерттен тез тарап, жан-жағын жалмап бара жатқанын» айтып, жалған ақпарат таратушы адресанттарға наразылық білдіреді.

COVID-19 пандемиясының газет мәтініндегі адресант пен адресат арасындағы рөлдік қатынастың төртінші түрі – автокоммуникация. Автор мәтінде әрі адресант, әрі адресат рөлін қатар атқаратын позицияны ұстанады. Қ.Есенова автокоммуникацияның туу себебін тұлғалардың ішкі дүниесін ашуы, жалпы адамзатқа ортақ аса маңызды сұрақтарға жауап іздеу мәселесімен байланыстырады (2007: 161). Газеттің №65 (06.04.2020) санында жарық көрген Ақұштап Бақтыгерееваның «Кешіремісін, Жер-Ана?..» атты мақаласынан автокоммуникация белгілерін байқауға болады. Мақаланың тақырыбы және мәтіндегі түйінді ойлардың сұраулы құрылымдар арқылы берілуі сұрауға жауап алу мақсатынан гөрі ойды жеткізудің бір құралы ретінде пайдаланылған және сұраулы құрылымдар арқылы мәтінге берілген диалогтік сипат арқылы адресант пен адресат арасында байланыс орнатылған. Мысалы:

...*Коронавирус*. Домаланған Жер-ананы түгел жайлап келеді. Біреулер саясат деп, біреулер алпауыт мемлекеттер текетіресі деп сәуегейлік айтуда. Адам ойлап шығарды дейік, сол адамға да ойлап шығартып отырған бір ұлы күш барына сенуіміз керек. Адам ойлап тапқан вирусқа күрес құралын табуда ғылым да әлсіздік танытты. Ендеше Жер-Ана немесе табиғаттың ұлы күші адамды өзі жаратты десек, ол адамнан әлдеқайда күшті болып шықпай ма? Сол ұлы табиғаттың адам бағындыра алмайтын дүлей күші тасқындар мен дауылдар болып ескерткені де рас. Ал бүгін ғылымға көнбей, вирус жібергені тағы рас. Жер-Ана неге ренжиді екен? Ойланайық, жай ғана ойланайық!

...*Коронавирус*. Алдымен Қытайға келді. Ұлы дала сияқты жеті атасын жоқтамай өсе берген тойымсыз ұлтқа да қатты ескерту жасады Жер-Ана. Италияға ауыр соғып жатыр. Адам баласын әлдилейтін бесік-арбаға ит күшігін әлпештеп жүргені үшін ренжиді-ау Жер-Ана. Алпауыт Америка ше? Неше ұрпағы соғыс көрмесе де, қару жасаудан алдына жан салмай келеді олар. Соғыссыз да қырылуға болатынын ескертіп жатыр Жер-Ана. Ойланып көрсек, жалпы адамзатқа өкпелі сияқты табиғат деген ұлы күш.

Өзімізге оралайық. ...Ұлы дала ұрпағы еркіндік алдық! Осы дала даналығы талай нәрсе үйретсе де, құбылып шыға келдік. «Қайырымды бол! Батасыз құл арымайды. Ала жіп аттама, өзгенің еңбегін жеме, ондайлар қашан да оңбаған» деген аталы сөз айтылмады. Таң атса, еститінің – ұсталған жемқор жайлы әңгіме. ...Ендеше, бүгінгі тойымсыз байығандарды да тәубеге келтіру үшін бұл індет түгел Жер шарын шарлап жүрсе керек.

Коронавирус. Үйге қамалдық. Бір күндік ойын-күлкі, сауық-сайран, денсаулықтың құны қанша тұратынын, бәлкім, енді сезінерміз. Өкінішке қарай, біздің кей ағайын әлі қыдырып жүр. Есігінді ашпасаң, ауылдарда өкпелеп кетеді.

Біздің Ұлы даланың таза жері ауыл еді. Одан бездік. Ауыл халқы кең далаға мал бақпайды, қалада зіңгіттей жігіт есік күзетіп отырады. Егін салып, ағаш егіп, үй тұрғызып, ұрпақ өсір деді ғой саған Жер-Ана! ... Даланың ұлттық тамағы талай ауруға ем болары да даусыз.

Жер-Ана бізге бәрінің қадірін білмей кеткеніміз үшін өкпелі. ... Біз оған бас июге, оны қадірлеп, сүюге тиіспіз! Бәлкім, ол сонда ғана мейірімін төгіп, құшағын ашып паналатар. Өзен-көлі тазарған кезде, қоқыстары азайған кезде пендесі «тәубе» деген кезде қайтадан еркін сайрандауға жіберетін шығар. Ал біз, пенделер, оның сыйлаған аспанының қадірін түсіне білсек жарар еді. Өзің жаратқан пенденің күнәсін кешіремісің, Жер-Ана?!

Автор мәтінде үш абзацты *коронавирус* сөзімен бастайды. Ол – атаулы сөйлем және абзац деңгейінде көрінетін синтаксистік қайталама. Майра Жолшаева атаулы сөйлемнің зат пен құбылыстың атауы ретінде және арнаулы коммуникативтік мақсатпен байланысты жұмсалатынын айтады (2018: 123). Атаулы сөйлемнің автор прагматикасын көрсетудегі қызметі – оқырман назарын аудару; қазіргі, бүгінгі болмысты көрсету. Бұл қызмет түсінік атаулы сөйлем арқылы іске асырылған. «Түсінік атаулы дегеніміз – өзінен кейінгі сөйлемде әңгіме болатын затты атап қана қоймай, тыңдаушының зейінін сол аталған затқа аударып, оқырманды кейіпкердің немесе автордың философиялық ой-толғауына енгізу мақсатында қолданылған сөйлем. Түсінік атаулы сөйлемнің мақсаты – әңгімелесушіні ойландыру, оған аталған заттың, құбылыстың қасиеті мен рөлін түсінуіне түрткі болу» (Ибраимова, 2016: 370). Автор мәтінде бұл атаулы сөйлемді, сонымен қатар адресант-адресат ойын рет-ретімен жеткізуде логикалық сабақтастықты сақтау үшін ұтымды пайдаланған.

Әрі адресант, әрі адресат рөліндегі автор індеттің әлемді жайлап алуының себебін, ақиқатты іздейді және өзіндік пайымы нәтижесінде түзілген болжамын, яғни «адамзаттың әрекеті себеп болған шығар» деген ойын жеткізеді. Автордың өз ойын негіздеуге келтірген дәйектері ұрпағына деген реніш-назы, бүгінгі қоғамның келбеті, карантин жағдайындағы бейқамдық, баянсыз өмір, ауылдың жайы, адамзаттың шарасыздығы, үміт сияқты бірнеше анықталған ақиқатты қамтиды.

COVID-19 пандемиясының әр кезеңі көрінісінің медиамәтіндегі прагматикалық ерекшеліктері.

Пандемияға қатысты медиамәтін прагматикасы өзгермелі болып келеді. Оның себебі – індеттің бастапқы, ортаңғы, соңғы кезеңіне қатысты жағдаятқа қарай ақпараттың мазмұндық және прагматикалық сипатының өзгеруі. Шартты түрде Қазақстандағы індеттің таралу дәрежесін көрсететін медиамәтіндегі ақпараттың прагматикалық сипаты мен мазмұнына қарай бірінші кезең – наурыз-сәуір-мамыр айлары; ортаңғы кезең – маусым айының орта шені мен шілде айы; соңғы кезең – тамыз-қыркүйек айлары деп алынды. Бұлайша кезеңге бөлуге негіз болған тағы бір фактор – медиамәтіндегі тақырып атаулары.

Індеттің ортаңғы кезеңі – маусым айының екінші жартысынан бастап және шілде айында жарық көрген мақалалардың тақырыптары індеттің өршіп, белең алғанын аңғартады. Мысалы: «Індет тереңдеп барады», «Жан алқымнан алған жаман тұмау», «Өкпе ауруы өршіп тұр», «Түркістан

тұмауратып тұр», «Санитарлық режим күшейтіледі», «Сенімсіздік соңы – сергелден», «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат», «Алматыда ауру өршіп тұр», «Атырауға жедел жәрдем керек», «Дәріхана алдындағы дүрбелең», «Коронавирус індеті ауыздықтауға көнбей тұр», «Біреудің кісісі өлсе, қаралы ол...», «Алаш аза тұтқан күн».

Індеттің таралуы бәсеңдеген соңғы кезеңде газет мақалаларының тақырыпаттары: «Жазылып шыққандар көбейе бастады», «Жағдай тұрақталып келеді», «Дәрі дүрбелеңі басылды», «Коронавируспен күрес нәтиже беруде», «Соңғы пациент үйіне қайтты», «Карантин шаралары кезең-кезеңмен алынды».

Пандемияның алғашқы кезеңіндегі медиамәтіндер прагматикасы:

- жаңа індеттің өте қауіпті екенін түсіндіру және халықты індетті бастан өткеруге дайындау;
- әлемге қауіп төндіріп тұрған пандемияға байланысты елдегі карантин кезеңінде атқарылатын, атқарылып жатқан іс-шара туралы ақпарат беру;
- індеттен сақтандыру, қауіпті екеніне сендіру, тәртіпке, карантин талаптарын сақтауға шақыру.

Бұл еліміздегі пандемия жағдайының бастапқы кезеңіндегі адресанттың прагматикасы нақты жағдаят ішінде емес және әлі де індет зардабы тимеген халық сенбей, құманмен қараған кезде құрылған.

COVID-19 пандемиясының ортаңғы кезеңіне сәйкес келетін медиамәтіндер мазмұны өзіндік сипатқа ие. Пандемияның алғашқы кезеңінде медиамәтіндер елге жаңа тарап жатқан індеттің өте қауіпті екенін түсіндіру және оған сендіру, халықты індеттің таралу кезеңіне дайындау болса, індеттің ортаңғы шенінде адресанттың мақсаты – ауыр кезеңде өзінің немесе жақын адамдарының басынан өткен жағдайды факт ретінде келтіре отырып сендіру, сақтандыру, тәртіпке шақыру. Мәселен, №127 санында (03.07.2020) жарық көрген Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Үндеуінен мысал:

а) адресанттың өз басынан өткізген жағдайы арқылы сендіру:

Өздеріңіз білетіндей, коронавирус инфекциясының қатерлі пандемиясы әлемнің көптеген елін, соның ішінде Қазақстанды да шарпыды. Миллиондаған адам осы ауыр дертпен сырқаттанды, ол мені де айналып өткен жоқ. ...Баршасы қалтқысыз ниеттестігін жеткізіп, сергектік тілеп, тезірек сауығып кетуіме тілектестігін жолдады, сол үшін бәріне зор ризашылығымды білдіремін (Назарбаев, 2020с).

ә) өз тәжірибесі арқылы карантин тәртібіне бағыну, санитарлық талапты сақтаудың маңызды екенін көрсете отырып сендіру: «... Дәрігерлердің күш-жігері және олардың талаптарын мүлтіксіз орындаудың, сондай-ақ баршаның қолдауы мен жылы сөздерінің арқасында мен сырқаттан сауығып шықтым. Қазір өзімді жақсы сезінемін, толыққанды жұмысқа кіріскелі отырмын» (Назарбаев, 2020с).

б) ауыр індетті бастан өткере отырып, өзге науқастардың сауығып кетуіне тілекші болу: «Халқыммен бірге бұл сырқаттың ауыртпашылығын сезіндім, қазір емделіп жатқандардың бәріне төзім мен қажыр-қайрат

және тезірек сауығып кетулерін тілеймін» (Назарбаев, 2020с).

в) медицина қызметкерлерінің еңбегін бағалау: «...Біз өткеріп жатқан күрделі кезең – бүкіл адамзаттың басына түскен сын сағат. Сырқатпен күрестің ең алдыңғы шебінде жүрген дәрігерлер адамдарды аман алып қалу үшін барлық күшін жұмсауда. Бұл ретте медицина қызметкерлерінің еңбегіне баға жетпейді. Мұны қазіргі уақыт айқын көрсетіп отыр» (Назарбаев, 2020с). Індеттің алдыңғы кезеңінде мәтіндегі адресант прагматикасы медицина қызметкерлеріне сенім арту, жауапкершілік жүктеу түрінде байқалса, ортаңғы кезеңде олардың еңбегін бағалау мен оларға ризашылық білдіру мазмұны басым болып келеді.

г) ортаңғы кезеңге тән адресант прагматикасының бірі – жағдай ішінде отырып, карантин талаптарын қатаң сақтауға шақыру.

Президент Қ.К.Тоқаевтың елдегі ахуалға байланысты 8 шілде күні халыққа арнаған телевизиялық үндеуінен (газеттің 10.07.2020 жылғы №131санында жарияланды) мысал: «...Өкінішке қарай, біздің елдегі жағдай да оңай болып тұрған жоқ. Мемлекеттік комиссияның шешімімен 5 шілдеден бастап, елімізде екі апталық мерзімге карантин шаралары енгізілді. Бұл аса қажетті шешім болды. Жағдайдың тұрақталатыны сөзсіз. Оның алғашқы белгілері де бар. Сондықтан алдағы екі апта біздің болашақ қадамдарымыз үшін шешуші кезең болмақ. Барлық азаматтарды тағы да карантин ережелерін қатаң сақтауға шақырамын. Індетпен күрестің нәтижелі болуы, ең алдымен, барша жұрттың саналы әрекеті мен жауапкершілігіне байланысты» (Тоқаев, 2020с).

ғ) бастан өткізіп отырған ауыр жағдайды (науқас, кісі өлімі) айта отырып, қайғыларына ортақтасу, көңіл айту. «...Әр қазақ менің жалғызым дегендей, әр азаматымыздың қазасы менің жүрегіме қатты батады. Мынау алапат індет талай асылдарымызды жұлып әкетуде. Бүгінде қара жамылып отырған азаматтардың қайғыларына ортақтасып, көңіл айтамын. Сол үшін 13 шілдені – Ұлттық аза тұту күні деп жариялаймын» (Тоқаев, 2020с);

д) халықты өз бетінше емделуден сақтандыру: «...Дертті емдеудің неше түрлі жолдарын көрсетіп, адамдардың денсаулығына қауіп төндіруге болмайды. Мұндай әрекеттерге тосқауыл қою керек» (Тоқаев, 2020с);

ж) халықтың тұрақтылығын сақтау үшін жалған ақпараттан сақтандыру: «...Осындай күрделі жағдай кезінде ел арасында жалған әңгімелер тарауда. Теріс ақпарат таратып жүрген арам пиғылды адамдардың әрекеттері байқалуда. Өкінішке қарай, кейбір азаматтар жалған ақпаратқа сенетін болды.

...Қылмыстық кодекстің 174-бабына сәйкес жалған ақпарат таратқан адам жауапқа тартылады» (Тоқаев, 2020с).

COVID-19 пандемиясының соңғы кезеңінде жарияланған медиамәтіндегі адресант прагматикасы:

- бастан өткізген індеттің ауыр зардабы – қазаға көңіл айту (бұл індеттің ортаңғы кезеңіне де тән);
- індеттің қаупі мен зардабын мойындай отырып, оған қарсы вакцина ойлап табу ісіне назар аударту;
- ақпарат беру, олар мынадай мазмұнда болып келеді: бастан өткізген індет зардабын қорытындылай отырып, қайтыс болғандардың

статистикасын көрсету; пандемия, карантин жағдайындағы жүзеге асырылған қоғамдық-әлеуметтік іс-шараларды шектеу және карантиннен шығу; пандемияның ел экономикасына, елдің әлеуметтік жағдайына кері әсері.

Ал барлық кезеңге тән ортақ прагматика – шыдам таныту, тәртіп сақтау, сақтандыру, талапты орындау, бірлікке шақыру, жігерлендіру, болашаққа сендіру.

Адресант прагматикасының медиамәтіннің тақырыпаттары арқылы көрінуі. Тақырыпат (заголовок) – медиамәтіннің құрамдас бір бөлігі, негізгі ақпарат беруші құрал. Зерттеушілер оның атауыштық, ақпараттық және прагматикалық қызмет атқаратынын айтады. Медиамәтіннің тақырыпаты көздейтін мақсаттар: оқырман назарын аудару, мақаланың не туралы екенін адресат-оқырманның тез аңғаруына мүмкіндік жасау, мақаланың құрылымдық бөлігін өзектендіру.

Газет мақалаларының атаулары адресант прагматикасы тұрғысынан, ең алдымен, COVID-19 пандемиясы туралы атқарылып жатқан, алда атқарылатын іс-шара туралы ақпарат беруді көздеген; кейінгі орында пандемия жағдайынан шығудың жолы ретінде сақтану, міндеттеу, тәртіпке шақыру сияқты халыққа жүктелетін жауапкершілік тұрғысынан жиі берілген.

Тақырыпаттардың семантика-грамматикалық ерекшелігіне келсек: 1) жалғаулықтар (да, де, та, те) экспрессияны күшейту және халыққа белгілі тақырыпты (теманы) ары қарай актуалдайтын рема жүгін арту үшін қолданылған: «Атырау да жабық қала»; «Ақтөбеде де тіркелді»; 2) етістіктердің ырықсыз етіс тұлғасында келуі жиі ұшырасады; 3) семантикалық құрылымында стильдік бояуы қанық, әсірелеу семасы бар лексикалық бірліктердің қолданылуы, мысалы: еселену, өршу, қарқын алу, күшею, үрейге бой алдыру, асқыну, ауыздықтау.

COVID-19 пандемиясы туралы медиамәтіндердің тілдік ерекшеліктері. Адресанттың интенциясы оның мәтінді ұйымдастыру кезінде тіл бірліктерін мақсатына сай таңдап қолдануынан көрінеді. Осы ретте COVID-19 пандемиясына қатысты мәтіндерді беруде мынадай тілдік ерекшеліктер анықталды:

- лексикалық бірлік пен синтаксистік бірліктер деңгейінде көрінетін тілдік қайталамалардың болуы (оқырман назарын аудару, мағыналық жүкті күшейту, мәтіннің прагматикалық әсерін арттыру, ойды актуалдау мақсатында қолдану);
- грамматикалық формалардан да, де, та, те, тағы шылауларының жиі қолданылуы (ойды актуалдау, экспрессияны күшейту мақсатында);
- жіктеу есімдігі пен етістіктің I жақ көпше түрде берілуі (адресанттың өз позициясын көрсету, тең дәрежедегі коммуникант дәрежесіне өту, адресаттың біріне айналу мақсатында);
- сұраулы сөйлемдердің жиі кездесуі (ойды, хабарды жеткізудің бір тәсілі ретінде пайдалану; адресатқа әсер ету арқылы оның көтерілген мәселе туралы ойлануына түрткі болу; адресатпен байланыс орнату);
- атаулы сөйлемдердің қолданылуы (оқырман назарын аудару; мәтін бөліктерінің арасында логикалық сабақтастық орнату; осы шақтағы қазіргі, бүгінгі болмысты көрсету);

- мақал-мәтелдің жиі қолданылуы (сақтану, денсаулық күту, тәртіпке шақыру, бірлікке үндеу мақсатында оқырманға әсер ету, бейнелі жеткізу, сендіру прагматикасымен байланысты). Медиамәтінде мақал-мәтел адресатқа тікелей бағытталған қаратпа баяндауларда жиі қолданылған. Ақпараттық мәндегі мақалада мақал-мәтел кездеспейді. Демек, мақал-мәтелді қолдануда адресант прагматикасы айқын, мақсат – халықты қиын жағдайды жеңіп шығатынына сендіру.
- афоризмдердің қолданылуы (беделді алға тарту тактикасын қолдану арқылы оқырманға жеткізер ойдың әсерін күшейту мақсатынан туған).

Қорытынды

COVID-19 пандемиясы тақырыбының аясындағы медиамәтіннің басты қызметі – ақпарат беру. Ақпараттар сипатына қарай: індет туралы (таралу аймағы, статистикасы, белгілері, сақтану жолдары); індетке қарсы атқарылған/ істелетін іс-шара, мемлекет тарапынан көрсетілген/ көрсетілетін қолдау; пандемия кезінде халықты үрейге бой алдырмай, бірлесе күресу мен сабырға шақыру мазмұнында жазылған.

COVID-19 пандемиясы туралы «Егемен Қазақстан» газетінде жарық көрген мәтіндерді талдау нәтижелері:

Бірінші, медиамәтіннің субъектілерінің, адресант пен адресат, арасындағы рөлдік қатынастың төрт түрлі сипатта көрінетіні анықталды. Олар: субординациялық коммуниканттар; пікірлес коммуниканттар; қарсы пікірдегі (оппонент) коммуниканттар; автокоммуникант.

Субординациялық коммуниканттар типінде адресант Жолдау, Үндеу, Мәлімдеме жасау арқылы көрінетін лауазымды тұлға және медиамәтіннің мазмұндық құрылымы бір тектес, жағдаят, ақпарат, іс-шара, факт, міндеттеме, қорытынды бөліктерден тұрады; прагматикасы халыққа түсіндіру, сақтандыру, үрейге бой алдырмау, қолдау, сендіру, сенім арту, жауапкершілік жүктеу, үндеу арқылы індетті жеңіп шығу мақсатындағы модальдық құрылымдардан тұрады.

Пікірлес коммуниканттар типінде адресант 1-жақ көпше форманы және бейресми қолданыстарды пайдаланып, оқырман-адресат тарапымен тең дәрежеге түсіп, халық өкілінің бейнесіне енеді; мәтінді халықпен пандемия кезіндегі жағдай туралы пікір алысу мақсатына және сұрау формалары арқылы диалогке құрады; прагматикасы – сұрақ түріндегі құрылымдар арқылы мәтіндегі проблема туралы оқырманның ойлануына түрткі болу.

Қарсы пікірдегі (оппонент) коммуниканттар типінде адресаттың бірі адресант пікірімен келіспейді, бұл полемикалық мәтінде көрінеді. Оның өзі іштей екіге: достық ниеттегі оппоненттер және агрессивті оппоненттер деп бөлінеді.

Автокоммуникацияда мәтін авторы әрі адресант, әрі адресат рөлін қатар атқаратын позицияны ұстанады; прагматикасы – індеттің әлемді жайлап алу себебін, ақиқатты іздеп, өз болжамын жасау.

Екінші, COVID-19 пандемиясы туралы әр кезеңдегі медиамәтін прагматикасы өзгермелі болып келетіні анықталды. Бұл індеттің бастапқы,

ортаңғы, соңғы шеніндегі жағдаятқа қарай ақпараттың мазмұндық және прагматикалық сипатының өзгеруімен байланысты. Қазақстанда індеттің таралу дәрежесін көрсететін медиамәтіндегі ақпараттың прагматикалық сипаты мен мазмұны шартты түрде үш кезеңге ажыратылды: пандемияның алғашқы кезеңі, ортаңғы кезеңі, соңғы шені. Бұлай кезеңге бөлуге негіз болған тағы бір фактор – медиамәтіндегі тақырыпаттар.

Әр кезеңдегі медиамәтіннің прагматикасы анықталды. Алғашқы кезеңде түсіндіру, ақпарат беру, сақтандыру, сендіру, карантин талаптарын сақтауға шақыру прагматикасы көзделді; адресанттың прагматикасы нақты жағдаят ішінде емес, індет зардабы тимеген халық әлі де сенбей, күмәнмен қараған кезде құрылған.

Ортаңғы кезеңде адресанттың прагматикасы – елдегі қиын жағдайдың бел ортасында тұрып, өзінің немесе жақын адамдарының басынан өткен ауыр жағдайдан факт келтіре отырып, сендіру, сақтандыру, тәртіпке шақыру.

Пандемияның соңғы кезеңінде адресант прагматикасы – бастан өткерген індеттің ауыр зардабы – қазаға көңіл айту (бұл ортаңғы кезеңге де тән); назар аударту (індетке қарсы вакцина ойлап табу); індет зардабы, статистикасы, экономика мен елдің әлеуметтік жағдайына кері әсері, қоғамдық-әлеуметтік іс-шара, карантиннен шығу туралы ақпарат беру.

Үшінші, COVID-19 пандемиясы туралы мақалалардың тақырыпаттары негізінен ақпараттық және прагматикалық қызмет атқарғаны анықталды: оқырман назарын аудару, мақаланың құрылымдық бөлігін өзектендіру. Тақырыпаттардың лексика-грамматикалық ерекшелігіне келсек: жалғаулықтар (да, де, та, те) экспрессияны күшейту және мазмұнның құрылымдық бөлігін актуалдау мақсатында қолданылған; лексикалық бірліктердің ішінде семантикасында стильдік бояуы қанық, әсірелеу семасы бар сөздер пайдаланылған.

Төртінші, адресанттар қолданған тактикалар және ол тактикаларды қолданудағы мақсаттар анықталды. Олар: түсіндіру тактикасы, сендіру тактикасы; беделді алға тарту тактикасы; қарама-қарсы қою тактикасы.

Бесінші, COVID-19 пандемиясы туралы мәтіндердің тілдік және стилистикалық ерекшеліктері анықталды: лексикалық бірлік пен синтаксистік бірліктер деңгейінде көрінетін тілдік қайталамалардың болуы; грамматикалық формалардан да, де, та, те, тағы шылауларының жиі жұмсалуды; жіктеу есімдігі пен етістіктің I жақ көпше түрде берілуі; сұраулы сөйлемдердің жиі кездесуі; атаулы сөйлемдердің қолданылуы; мақал-мәтелдің жиі қолданылуы. Бұл анықталған лексика-грамматикалық және стилистикалық ерекшеліктер медиамәтінде белгілі бір прагматикалық жүкті арқалап тұр.

Күнделікті қоғамда болып жатқан жағдайлармен, жаңалықтармен бірге «жылжып» отыратын, онымен «біте қайнасып жататын» БАҚ-тың тілін лингвопрагматикалық тұрғыдан зерделеу бүгінгі өзекті мәселелердің қоғамдық-әлеуметтік сипатын саралауға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Абдрахманов Сауытбек (2020). «Тойларымыз алда!» Егемен Қазақстан, №63 (29792) 02 сәуір, 3 б.
2. Алдашева Айманкул (1991). Лексическое новообразование в современном казахском языке (на материале периодической печати). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Алматы.
3. Алефиренко Николай (2005). Современные проблемы науки о языке. Москва: Флинта.
4. Асан Мирас (2020). «Қалжында да қатер бар» Егемен Қазақстан, №85 (29814) 04 мамыр, 8 б.
5. Асанкелдіұлы Абай (2020). «Коронавирус қайда пайда болған?» Егемен Қазақстан, №60 (29789) 30 наурыз, 5 б.
6. Әбілқасымов Бабаш (Бабанияз) (1971). Алғашқы қазақ газеттерінің тілі. Алматы: Ғылым.
7. Бақтыгереева Ақұштап (2020). «Кешіремісін, Жер-Ана?..» Егемен Қазақстан, №65 (29794) 06 сәуір, 7 б.
8. Дәуіт Оралхан (2020). «Карантин кезіндегі кезек» Егемен Қазақстан, №66 (29795) 07 сәуір, 2 б.
9. Бүркітбай Меруерт (2020). «Ақпарат аурудан бетер болып тұр» Егемен Қазақстан, №53 (29782) 18 наурыз, 4 б.
10. Ерназарова Зәуреш (2001). Сөйлеу тілі синтаксисінің прагматикалық аспектісі. Алматы.
11. Есенова Қалбике (2007). Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде). Алматы: Экономика.
12. Есенова Қалбике (2015) Медиалингвистика: мерзімді баспасөз тілін зерттеудің прагматикалық аспектісі. Алматы: Елтаным.
13. Есенова Қалбике, Дюсембина Гүлсамал (2020). Лингвоаксиология (қазақ баспасөз материалдары негізінде). Алматы: Балауса.
14. Жақсыбаева Фарида (2000). Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша). Филология ғылымдарының кандидаты ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертацияның авторефераты. Алматы.
15. Жолшаева Майра (2018). Қазіргі қазақ тілі: жай сөйлем синтаксисі. Алматы: Балауса.
16. Ибраимова Жеңіскүл (2016) «Мүшеленбейтін құрылымдар». Қазіргі қазақ тіліндегі синтаксистік парадигмалар ішінде. Алматы: Мемлекеттік тілді дамыту институты. 368-378.
17. Исаев Сейілбек (1983). Қазақтың мерзімді баспасөз тілінің дамуы. Алматы: Қазақстан.
18. Ихсанғалиева Гульнара (2000). Функционально-прагматический анализ заголовков (на материале казахстанских газет и телеграмм). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Алматы.
19. Кенжеқанова Құралай (2015). Саяси дискурстың прагма-лингвистикалық және когнитивті компоненттері (қазақ тіліндегі мерзімді басылымдар материалдары бойынша). Философия ғылымының докторы дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация (PhD) (филология). Алматы.

20. Кобозева Ирина (2008). «Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ». Язык средств массовой информации ішінде. Москва: Академический проект: Альма-Мастер.
21. Күмісбек Мұхтар (2020). «Ауылдағы ағайын әлі бейқам» Егемен Қазақстан, №63 (29792) 02 сәуір, 1 б.
22. Қалиев Ғабдолла (2005). Тіл білімі терминдерінің түсіндірме сөздігі. Алматы: Сөздік-Словарь.
23. Маслова Алина (2014) Введение в прагмалингвистику. Москва: Флинта.
24. Момынова Бағдан (1998). «Қазақ» газетіндегі қоғамдық-саяси лексика. Алматы: Арыс.
25. Момынова Бағдан (2003). Газет лексикасы (жүйесі мен құрылымы). Алматы: Арыс.
26. Моррис Чарльз (1983) «Основания теории знаков». Семиотика ішінде. Ю.С. Степанов (құрастырушы). Москва: Радуга. 37-90.
27. Назарбаев Нұрсұлтан (2020а). Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Үндеуі. Егемен Қазақстан, №55 (29784) 20 наурыз, 1 б.
28. Назарбаев Нұрсұлтан (2020b). «Бірлесе білген ел бәрін жеңеді». Егемен Қазақстан, №67 (29796) 08 сәуір, 1 б.
29. Назарбаев Нұрсұлтан (2020с). Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Үндеуі. Егемен Қазақстан, №127 (29856) 03 шілде, 1 б.
30. Сейдалиева Гулдана (2017). Мерзімді баспасөздегі стереотиптердің лингвопрагматикалық ерекшеліктері. Философия ғылымының докторы дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация (PhD) (филология). Алматы.
31. Стариченок Василий (2008). Большой лингвистический словарь. Ростов-на-Дону: Феникс.
32. Степанов Юрий (1981). В поисках прагматики (Проблема субъекта) // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. Том 40, № 4.
33. Тоқаев Қасым-Жомарт (2020а). «Қазақстан Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың Үндеуі». Егемен Қазақстан, №52 (29781) 17 наурыз, 1 б.
34. Тоқаев Қасым-Жомарт (2020b). «Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың мәлімдемесі» Егемен Қазақстан, №62 (29791) 01 сәуір, 1 б.
35. Тоқаев Қасым-Жомарт (2020с). «Алдағы екі апта – шешуші кезең» Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың елдегі ахуалға байланысты 8 шілде күні халыққа телевизиялық үндеу арнады. Егемен Қазақстан, №131 (2960) 10 шілде, 1 б.
36. Тяжина Елена (2006). Прагматический аспект междометий (на материале казахского и французского языков). Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Алматы.

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ МЕДИЦИНА МЕН САНАНЫҢ КОММЕРЦИЯЛАНУЫНЫҢ ҚАРҒЫСЫ ІСПЕТТІ: ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ТА САНАНЫҢ КОММЕРЦИЯЛАНУЫ МЕН МЕМЛЕКЕТТІК ФУНКЦИЯЛАРДЫҢ «КОММЕРЦИЯЛАНУЫН» СЫНАЙТЫН КӨРНЕКІ ДИСКУРС БАР МА?

Ғалым Жүсіпбек

Кіріспе

Сана, сондай-ақ денсаулық сақтау жүйесі, медициналық қызмет пен фармацевтика секторы коммерцияланған, тіпті тауарға айналған бүгінгі кезең спекулятив нарық фундаментализмі деп те аталатын саяси экономияның теориялық ұстанымдарының бірі – неолиберал капитализмнің негатив ықпалдарымен байланыстырылады. Нақтырақ айтсақ, неолиберал капитализмнің кемшіліктері COVID-19 пандемиясына қатысты пысықталуға тиіс. COVID-19 пандемиясының жеке және қоғамдық денсаулық сақтау жүйесіне әсерін адам құқықтары түсінігі тұрғысынан, әсіресе адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі идеясы мен адамның негізгі құқығы болып саналатын денсаулығын сақтау құқығы тұрғысынан қарастыру қажеттігі туып отыр.

Неолиберал капиталистік идеология табыс көлемін максимумға жеткізу, экономикалық және қаржылай жетістікті әспеттеумен адам өмірін, мысалы, денсаулық сақтау және білім беру салаларын коммодификациялау (тауарға айналдыру) сияқты идеялардан туған. Алайда неолиберал капитализмнің XXI ғасырдағы COVID-19 пандемиясының жеке және қоғамдық денсаулық сақтау саласына әсерін, жұмыспен қамту, әлеуметтік және экономикалық құқықтарды қорғау сияқты мәселелерді реттей алмайтыны белгілі болды. COVID-19 баршаға қолжетімді, баршаның қалтасы көтеретін денсаулық сақтау саласы (жалпы алғанда, адамның денсаулығын сақтауға қатысты негізгі құқығы), әлеуметтік қорғау бағдарламалары және Қазақстандағы инфраструктуралық мемлекеттік билік туралы дискуссияның қажет екенін көрсетті.

Карантин кезінде тауар нарығындағы (мысалы, у сарымсақ, зімбір, адыраспан бағасы аспандап кетті) өрескел спекуляция, әсіресе COVID-19 вирусының таралуы жаһандық апат деңгейіне жеткен 2020 жылғы маусым-шілдедегі дәрі-дәрмек нарығындағы спекуляция бұқараны есеңгіретіп тастады. Сонымен қатар неолиберализмге бағдарланған және коммерциализацияланған, соған сай реформалар жасалған, тұралап қалған Қазақстанның денсаулық сақтау жүйесінің мұндай айрықша жағдайды реттеуге қауқарсыздығы, соңғы үлгідегі емдеу құралдарымен мүлде жабдықталмағаны мәлім болды. Оған қоса, денсаулық сақтау

жөніндегі адамның қарапайым құқығына, екінші жағынан, [мемлекет қамтамасыз етуге тиіс] қаржыландыру, дәрі-дәрмек пен басқа да қолдаудың жоқтығынан дәрігерлер мен өзге медицина қызметкерлерінің негізгі құқықтарына да зор қауіп төнді. Сондай-ақ халықтың басым көпшілігі (дәрігерлер, өзге де медицина қызметкерлері) пандемия кезінде кірісі азайып немесе мүлде табыссыз қалып, керек дәрі-дәрмек пен дәрігерлік көмекке қол жеткізе алмай жатқанда, кейбір мемлекеттік және квазимемлекеттік органдар мен денсаулық сақтау саласындағы біршама танымал шенеуніктердің қомақты табыс тапқаны тым өрескел, шектен шыққан жайт.

Осының бәрі Қазақстанда сананың, денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануы, тіпті коммодификациясы үдерісінің болып өткенін көрсетіп отыр. Бұл мәселелер, бір жағынан, адам құқықтарына (ең маңыздысы, адамның денсаулығын сақтаудың негізгі құқығына), екінші жағынан, қоғам этикасына, мәдени нормалары мен құндылықтарына байланысты.

Осы зерттеу жұмысында мынадай сұрақтарға жауап беруге тырысамыз:

Қазақстандағы медиада пандемия кезінде қоғамдық денсаулық сақтау саласындағы ахуалдың әшкере болғаны сияқты, денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануы нақты талқыланып, дәйекті жазыла ма, жазылса, қандай деңгейде талқыланады?

Қазақстанда неолиберал капитализмнің сыни бағамы неліктен әлі күнге дейін әлсіз?

Бұл мақала пәнаралық және концептілік норматив зерттеу ретінде құрылған. Сондықтан COVID-19 пандемиясы кезінде қазақстандық БАҚ-та жарияланған материалдардағы дискурсты талдауда саясаттану, саяси экономия (неолиберал капитализм дискурсына туралы), адам құқықтары философиясы және заң концепцияларын басшылыққа алды. Негізінен, заманауи адам құқықтары дискурсын (нақты айтқанда, адам құқықтарының табиғи немесе моральдық концепциясын) тірек еткен бұл мақаланы универсал/ортақ құндылықтарға негізделген және жалпылама түрде норматив зерттеу деуге болады.

Дискурс талдау – зерттеудің басты әдісі. Коммерциялану, денсаулық сақтау жүйесінің жекешеленуі, неолиберал капитализм сияқты ұғымдар, жалпы алғанда, қазақстандық БАҚ-та сирек немесе өте тар ұғымда қолданылады. Сондықтан зерттеу сұрақтарына жауап беру үшін қазақстандық БАҚ-қа сандық контент талдау сияқты сандық зерттеу жүргізу әдісі ойдағыдай нәтиже бермеуі мүмкін. Сол себептен қазақстандық БАҚ-та жарияланған материалдардың сөзбе-сөз мәтінімен шектеліп қалмай, оның астарындағы мағынаны талдау үшін дискурс талдау жасадық. Сонымен қатар, зерттеу әдістері тұрғысынан алғанда, бұл практикалық зерттеу, яғни зерттеушінің өз тәжірибесіне негізделген, сондай-ақ зерттеу сұрақтарына жауап беру үшін қатысушының бақылау әдісі де қолданылды.

Мақаланың құрылымы төмендегідей. Алғашқы теориялық бөлімде осы зерттеу тірек еткен концепциялар беріледі: заманауи адам құқықтары түсінігі, денсаулық сақтау құқығы, неолиберал капитализмнің негізгі идеялары мен кемшіліктері және оның денсаулық сақтау құқығына

қатысты тудыратын қиындықтары. Кейін пандемия кезіндегі қазақстандық БАҚ материалдары талданады. Бұл бөлімде денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануын сынайтын әртүрлі дискурстар талданды. Үшіншіден, неолиберализмге қатысты адам құқықтары тұрғысынан сын қалыптастыру керек деген идея бойынша ұсыныстар жасалды. Ең соңында, қорытынды талдау мен ұсыныстар берілді.

Адам құқықтарының және адамның негізгі құқығы – денсаулығын сақтау құқығының жалпыға бірдейлігі

Адам құқықтарының табиғи немесе моральдық концепциясына сай, адам болу – адам құқықтарына ие болудың басты және негізгі себебі. Халықаралық және жергілікті құқықтық құжаттардың бәрі адамның адам болғаны үшін құқығын бекітеді және адам құқығын қорғау парызын жүктейді. Адам құқықтарының табиғи концепциясы былай дейді: «Адам құқықтары – (а) моральдық құқықтар, оған барлық адам баласы (ә) адам болғаны себепті ғана (б) барлық уақытта және барлық жерде ие және (в) адам құқықтарының қорғалуы мен дамуы үшін міндеттерге ие тұлғалар болса, тиісті жағдайларда (мысалы, отбасы жағдайында немесе жұмыс істеу барысында т.б.) құқық қабілеттігіне ие адамдардың барлығы» (Cruft, Liao, Renzo, 2015: 1). Заманауи адам құқықтары түсінігінің іргетасы Адам құқықтарының жалпыға бірдей декларациясы мен екі «бауырлас конвенция» (1966 жылы қабылданған Азаматтық және саяси құқықтар туралы халықаралық конвенция мен экономикалық, әлеуметтік және мәдени құқықтар туралы халықаралық конвенция. Бұл конвенцияларды ратификациялаған барлық мемлекет оны сақтауға міндетті) негізінде қаланған. Адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі абстракт философиялық немесе батыс/еуропалық түсінік емес. Адам құқықтары қазіргі мемлекеттің жаһандық деңгейде басқарудың әмбебап моделіне айналуынан туған, сондай-ақ қазіргі заманғы нарықтық экономикадан туған қауіп-қатерлерге адамзаттың жауабы ретінде қабылдану керек.

Адамның қадір-қасиеті – адам құқықтары идеясының құнды тұғыры. Адам құқықтары мен адамның қадір-қасиеті ұғымдары бір-бірімен тығыз байланысты, оларды бір-біріне түсіну мүмкін емес (Mokamubelo, 2017: 90). Адамның қадір-қасиетін (адамның қадір-қасиетін адам құқықтарының іргетасы ретінде негіздеу жөнінде) анықтауға байланысты ғалымдар арасында пікірталас бар, алайда әлемдегі алуан түрлі доктрина ұстанатын ғалымдар бір мәмілеге келетін негізгі минимал тіректі анықтауға болады: «әр адам адам баласы болғаны үшін ғана туа бітті құндылыққа ие» және «туа бітті құндылықты өзгелер мойындап, құрметтеу керек» (McCrudden, 2008: 679).

Негізі, адам құқықтарының заманауи ұғымын қайсыбір мәдениетке тиесілі болу негізінен гөрі, структуралық негізге ие, яғни қоғамның дамуына байланысты құбылыс ретінде қарастыру керек. Ол адамның қадір-қасиетіне төнетін түрлі қауіпке төтеп беру үшін бекітілген (Donnelly 2006, 612). Басқаша айтқанда, адам құқықтарының жалпыға бірдейлігінің заманауи анықтамалары «Батыста пайда болғанмен, олардың нақты іргетасы заманауи мемлекет пен нарықтық экономика зобалаңына төтеп беруден жинақталған тәжірибе нәтижесіндегі моральдық көзқарасқа тиесілі» (Afshari 2001, 10). Адам құқықтарының саяси мақсаттарға ерекше моральдық өлшем қосатыны маңызды (Tasioulas & Vayena, 2016, p. 367).

Адам құқықтарын сақтауды мемлекеттерге ғана жүктемеу керек екені көп айтылады. Мысалы, индивидтер отбасы деңгейі, жеке сектор немесе бизнесі адам құқықтары қағидаларына сай әрекет етуге тиіс. БҰҰ-ның Бизнес саласы мен адам құқықтары туралы жетекші қағидаларында корпорацияларға тікелей қолдануға болатын адам құқықтары жауапкершілігінің заңды шарттарын қамтамасыз ету қажеттігі баса айтылған (The UN).

БҰҰ-ның Экономикалық әлеуметтік және мәдени құқықтары комитеті денсаулықты адамның өзге құқықтарын пайдалануына қажетті фундаментал құқық ретінде көрсеткен. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДСҰ) өз жарғысында денсаулық ұғымының инклюзив интерпретациясын қолданған, онда «денсаулық – ауру мен әлсіздіктің байқалмауы ғана емес, толыққанды физикалық, ментал және әлеуметтік саулық күйі» (Constitution) делінген. Сондықтан Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДСҰ) денсаулықты сақтауға қатысты құқық – физикалық және ментал саулықтың ең жоғары стандартының рахатын көру құқығы екенін мойындайды. Соған қарамастан, денсаулықты сақтауға қатысты құқықты зерттейтін кей ғалымдар денсаулық ұғымын тар мағынада да қарастыруға болатынын айтады. «Адамның стандартты физикалық және ментал қабілеттерінің тиімді жұмыс істеп тұруына басты мән беру» (Tasioulas & Vayena, 2016: 370).

Адам құқықтарының табиғи немесе моральдық/философиялық концепциясының қарастыруынша, адам құқықтары – моральдық құқықтар, ал әділет – моральдық парыз. Денсаулық сақтауға қатысты құқық, ең алдымен, адам құқығы, ол – әділет бейнесі. Басқаша айтқанда, денсаулық сақтауға қатысты құқық – әрі моральдық құқық (себебі ол адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі ұғымына өзге аспектілердің бәрінен гөрі көбірек негізделеді (Tasioulas & Vayena, 2016: 380), әрі моральдық парыз. Сондықтан үкімет азаматтардың денсаулық сақтау құқығын қорғамаса немесе тым құрығанда осы ретте істеуге тиіс әрекет жасамаса, бұл үкімет адам құқықтары мен әділеттің екеуін де аяқасты етіп отыр немесе ол моральдық құқықтар мен моральдық парызды бұзып отыр деген тұжырымға келуге болады.

Денсаулық құқығы төңірегіндегі моральдық-этикалық пайымдарға қатысы бар басқа маңызды тұжырымдама – ортақ игілік ұғымы. «Ортақ игілік» термині «жинақталған қоғамдық пайдасы» (қоғамдағы жинақталған игілікті максимумға жеткізуді білдіретін утилитарлық ұғым) мағынасында қолданылған жоқ. Дегенмен ортақ игілік белгілі бір қоғамдастықтағы баршаның мүддесіне қызмет етеді. Басқаша айтсақ, ол жалпыға бірдейлік пен бәсекесіздікті меңзейді. Ол баршаның мүддесіне қызмет етеді, бірақ бұлай болу ешкімнің есебінен болмайды (Tasioulas & Vayena, 2016: 380). Адам құқығын сақтайтын шарттар ортақ игіліктің құрамдас бөлігі болуы мүмкін (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Қоғамдық денсаулық сақтау саласын ортақ/халық игілігі деп қабылдауға болады.

Ғалымдардың басым бөлігі денсаулық сақтау құқығын жеке құқық ретінде қарастырса, Лоуренс Гостин сияқты кей зерттеушілер оны «ұжымдық құқық» дейді. Осы көзқарасты ұстанушылар адам құқықтарына ғана (соның ішінде денсаулық сақтауға қатысты адам құқығына) сүйенетін «ғаламдық денсаулық сақтау» құқығы мен саясат болу керек екенін айтады. «Ғаламдық денсаулық сақтау» құқығы нормаларының миссиясы – әлемнің түкпір-түкпірінде физикалық және ақыл-ой саулығының

мейлінше жоғары деңгейін сақтауға қажет жағдаймен қамтамасыз ету. Осынау құқықтың негізіне адам өмірінің негізгі қажеттігі болып саналатын тиімді жұмыс істейтін денсаулық сақтау жүйесі, гигиена мен санитария, негізгі вакциналар мен дәрі-дәрмектің қолжетімді болуы сияқты қажеттіктер кіруге тиіс. Ғаламдық денсаулық сақтау» құқығы нормаларына сай, ұлттық үкімет өз халқының денсаулығына бірінші кезекте жауапты және солай болып қала береді (Gostin & Taylor, 2008: 55). Екінші жағынан алғанда, «ғаламдық ортақ игілік» ұғымы жаһандық денсаулық сақтау саясатында аса маңызды, себебі бүгінде «халықаралық адам құқықтары доктринасы құрылған, оның бір бөлімі денсаулыққа қатысты түрлі адам құқықтары туралы» (Tasioulas & Vayena, 2016: 367).

Неолиберал капитализм немесе либерализм мен адам құқықтары

Батыста ғылыми ортада неолиберал капитализмді сынайтын әдебиет көп болғанмен (мысалы, Rodriguez, 2020; Springer, Birch және MacLeavy (2016) және т.б. көптеген авторларды оқыңыз), неолиберал капитализмнің Қазақстан мен Еуразия елдеріне негатив әсерін қарастырған зерттеу жоқтың қасы. Бұл ретте Назпари (2002), Сангера (2015, 2018, 2020), Рудзите (2018) сияқты санаулы зерттеушілерді ғана атауға болады. Нақтырақ айтсақ, неолиберал капитализмнің жалпы әлеуметтік құқықтарға (мысалы, Whyte, 2019) және денсаулық сақтауға (мысалы, Waitzkin, 2018) теріс ықпалын қарастыратын әдебиет саны өссе де, мұндай зерттеу посткеңестік елдерге әлі де жоққа тән.

Дегенменбіз Қазақстан мен өзге де посткеңестік елдерде капитализмнің теріс ықпалын («нарықтандырудың» қоғамға теріс ықпалы сияқты) сынау арқылы әлеуметке көбірек көңіл бөлетін мемлекетті талап етудің мықты үрдісі бар екенін жоққа шығармауымыз керек. Алайда бұл сынды ғылыми орта немесе зерттеуші ғалымдар емес, саяси немесе әлеуметтік топтар айтып отырғанын, ал олардың саяси тұрғыда біржақты ұстанымға бейім болатынын айта кеткен жөн. Екінші жағынан, әлеуметтік мемлекет туралы дискуссиялар мемлекет пен нарық дихотомиясын тар ауқымда ғана қарастырады және әлеуметтік саясат пен қызметтен гөрі ақша аударымдарына ерекше көңіл бөледі. Басқаша айтқанда, ғылыми ортадағы неолиберализмнің қоғамға, адам құқықтарына, жалпы дамуға теріс ықпалы туралы әдебиет Қазақстанда әлі күнге жоқ. Моральдық экономика төңірегінде және постсоциалистік экономикада мораль мен этика туралы елеулі зерттеулер жоқтың қасы (Sanghera & Satybaldieva, 2020b: 2). Алайда Әсел Тұтымлы дәл байқағандай, неолиберал идеологияның батыстық бастауларына қарамастан, ең түбегейлі неолиберал реформалар әлеуметтік жағынан қорғалған еуропалық мемлекеттерде емес, жаһандық Оңтүстік деп аталатын елдерде [Қазақстанды осыған қосуға болады] болғанына назар аударатын зерттеушілер бар. Яғни бұл елдерде жүргізілген реформалардың сипаты әлдеқайда радикал болған және оларды либерал демократтар емес, авторитарлық билеушілер жүзеге асырған» (Tutumlu, 2018: 59).

Неолиберализм (немесе неолиберал капитализм) мен либерализмнің бір емес екенін баса айтқан жөн. Либерализм «жалпылама идея» ретінде көрінеді, сондықтан «либерализм» терминін кең ауқымда қолдану – қалыпты жағдай, сондай-ақ тіпті либерализмнің заманауи жақтастарының неге сенетініне қатысты теория жүзінде де келіспеушіліктер бар

(Zhussipbek & Moldashev, 2018: 97). Либерализмнің қалыптасуы барысында әртүрлі түсіндірме пайда болды. Мысалы, либерализм утилитарлық сипатта болуы мүмкін немесе, Джон Роулз айтқандай, мықты үкіметтің рақымымен әлеуметтік бақаттықты қолдау және баршаға бірдей мүмкіндік беру кейпінде болуы мүмкін (Zhussipbek & Moldashev 2018: 97). Сондықтан реттелмеген нарық үлгісіндегі неолиберализм мен Скандинав елдері, сондай-ақ белгілі бір дәрежеде континентал Еуропа елдеріндегі экономикалық және әлеуметтік құқықтарды қорғауға негізделген салыстырмалы түрде эгалитарлық және әлеуметтік бағыттағы либерализмнің өзара түбегейлі айырмашылықтары бар.

Рудзите (2018: 74) неолиберализмнің алуан түрлі концептуализациясын талқылаудың маңызы зор екенін атап айтқан. Түсініктірек болу үшін мен осы мақалада неолиберализм – саяси экономика мен экономикадағы теориялық көзқарастың бірі (айта кетер жайт – неолиберализм реттелетін капитализмнің кейнсиандық моделі мен әлеуметтік әл-ауқат капитализмінің Кембридж мектебі ұстанымдарына қарсы шығады) және мына негізгі үш қағидаға негізделеді деп қабылдадым: (1) «нарық өзін өзі реттейді» деген ұстаныммен нарықты қадағалауды доғару (нарықтағы құбылыстарға араласпау), (2) жаппай жекешелендіру, (3) реттелмеген еркін сауда (Heuwood, 2007: 52). Мемлекеттің экономикадағы рөлі минимал болғандықтан, әлеуметтік қорғау саясатына қатысуы да минимумға түсіріледі. Екінші жағынан, неолиберал капитализмге экономика мен саясатты қаржыландыру тән, яғни қаржы нарығы, қаржы институттары мен қаржы элитасының экономика мен экономикалық көрсеткіштерге ерекше әсер ететін деңгейге жетуі. Халықтың ең ауқатты тобы үшін кірісті көбейту, капиталды жинақтау негізінен виртуалды қаржы құралдары ретінде қарастыруға болатын финансиализация арқылы жүреді. Финансиализациялау құбылысымен қатар пайда болған алыпсатарлық (спекулятив) капиталдың қалыптасуы, жаһандық сипатқа ие болумен және нақты экономикадан бөлектенумен ғана шектеліп қойған жоқ, сонымен қатар моральдық, этикалық нормалармен реттелмейтін деңгейге жетті¹². Неолиберализм жағдайында сот жүйесінің өзі жекеменшікті және экономикалық активтерді қадағалау мен экономикалық рентаны шығарып алу мүмкіндігі жолындағы маңызды шайқас алаңына айналады (Sanghera & Satybaldieva 2020a).

Жаһандық сипатқа ие болған неолиберал капитализм елдер ішінде де, елдер арасында да теңсіздіктің күрт өсуіне себеп болды, сондай-ақ көптеген адамдарда келешекке деген үрей мен сенімсіздік сезімін тудырды (Dean, 2006: 767). БҰҰ 2003 жылғы Адам қоныстары туралы ғаламдық есебінде көбіне «жекешелендіру шетелдік кеңесшілердің тегеурінді қыспағымен өте асығыс өткізіледі де, нәтижесі «ашықтан-ашық ұрлау» болып шығады. Халықтың активі кейде жеке секторға өз құнының бір ғана бөлігіне сатылып кетеді» (UN Habitat 2003: 44) деп жазған.

Неолиберал капитализмнің негатив әсері білім беру мен денсаулық сақтау салаларының коммерциялануы (маркетизация), тіпті коммодификациясы (тауарға айналуы), мемлекеттің инфрақұрылым әлеуетінің әлсіздігі, экономикалық және әлеуметтік құқықтардың, сондай-ақ әйелдер мен балалар құқықтарының дамымай қалуы түрінде

12 А. Кули мен Д. Хизершоу батыстық емес елдерден, соның ішінде Орта Азия елдерінен капиталдың «қашып» кетуін, халықаралық неолиберал қаржы жүйесінің негізгі ойыншылары болып саналатын ірі халықаралық банктердің заңсыз әрекеттерін зерттеді (Cooley & Heathershaw, 2017).

көрініс табады. Ал баршаға қолжетімді сапалы білім беру мен денсаулық сақтау саласы, әлеуметтік көмек беру бағдарламалары, мемлекеттің мықты инфрақұрылым әлеуеті молынан әлеуметтік көмек көрсететін елдерде байқалды (солтүстік Еуропа елдерінде, мысалы, Martela, et.al., 2020 қараңыз). Оған қоса, неолиберализм жекешелендіру арқылы халықтың саяси процестерге араласуын әлсіретеді, себебі жекешелендіру азаматтарды баға беру, шешім қабылдау және қоғамға қатысты әрекет етуден алшақтатады (Dorfman & Harel, 2015: 3).

Неолиберал капитализмнің кемшіліктері COVID-19 пандемиясы контекстінде талқылануға тиіс. Неолиберал капитализм жүйесінің мұндай төтенше құбылысқа айтарлықтай жауап бере алмайтыны анық байқалды. Жалпы алғанда, нарыққа бағытталған жекеменшік денсаулық (немесе коммерцияланған денсаулық сақтау) жүйесінің азаматтардың көпшілігіне лайықты және тиімді денсаулық сақтау қызметін көрсету құралы ғана емес, ең алдымен, философиясы да жоқ. COVID-19 пандемиясының АҚШ қоғамына, әсіресе әлеуметтік жақтан қорғалмаған топтарға ықпалы – Американың коммерцияланған денсаулық сақтау жүйесінің табиғи нәтижесі. Алайда тегін қоғамдық денсаулық сақтау жүйесі бар Африканың кедей елдерінің көбінде пандемияның теріс ықпалы салыстырмалы түрде әлдеқайда төмен болған (Soy, 2020). Неолиберал капитализмді адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі, әділдік қағидаттары мен денсаулық пен қауіпсіздікке қатысты адам құқықтары аясында және солармен салыстыра талдау қажет¹³.

Адам құқықтарының табиғи/философиялық концепциясы, адамның қауіпсіздік пен денсаулыққа (тегін және қолжетімді медициналық қызмет алу құқығы) қатысты негізгі құқығы мен неолиберализм бір-біріне қарама-қарсы.

Мұны Джессика Уайт талдауында былай түсіндіреді: «1947 жылы Адам құқықтарының жалпыға бірдей декларациясын жазғандар мен Мон Пелерин неолибералдарының ұқсастығынан гөрі айырмашылығы басым еді. Екі тарап та Екінші Дүниежүзілік соғыс қарсаңында адамның қадір-қасиеті мен еркіндігіне төнген қауіпке алаңдаған, бірақ олардың шешімдері айтарлықтай өзгеше болды: адам құқықтары декларациясын әзірлеуге жиналған делегаттар әлеуметтік және экономикалық құқықтардың ұзын сонар тізімін ұсынса, неолибералдар мемлекеттік әлеуметтік қамсыздандыру мен жоспарлауды «Батыс өркениетіне» төнген тоталитарлық қауіп деп көрсетті» (Whyte, 2019: 8).

Адам құқықтары ұғымы моральдық құқықтарды білдіреді. Алайда нарықтық фундаментализмді ұстанатын неолиберал капитализм саясат пен экономиканың екеуін де моральдан ажыратып тастады. Сондықтан осы екеуінің (бір жақта экономика мен саясат, екінші жақта мораль) арасында шиеленіс бар. Алайда, Сангера мен Сатыбалдиева (Sanghera & Satybalдиева, 2020b: 2) атап өткендей, экономикалық қатынастар мен институттар [этикамен байланысты және] этикалық мәнге ие, осылайша олар адамның өркендеуіне тікелей әсер етеді (негізінен, моральдық экономика тәсілі «нақты экономикалық қатынастар және әрекеттердің әділдігі мен негізін талдайды және бағалайды» (Sayer 2018: 23). Сондықтан әлеуметтік-қоғамдық ғылымдар зерттеушілері бақуаттық, әділдік жайын бағаламай кете алмайды. Екінші жағынан алғанда, адам құқықтары дискурсы денсаулық туралы «ғаламдық әділет» ұстанымының

13 Осы мақаланың ұсыныстар сегментінен оқыңыз.

өзегінде жатыр. Әділдік құқықтарға, соның ішінде моральдық құқықтарға ие болуды білдіреді. Себебі адам құқықтары ұғымы, шын мәнінде, бүкіл әлемде әр адамның қорғалуға тиіс моральдық құқықтарын білдіреді. Ал адам құқықтарын иеленуіміз, біздің адам баласы болғанымызға ғана байланысты (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Қысқаша айтқанда, неолиберализм либерал идея болып саналатын адам құқықтары түсінігіне қарсы, тіпті оған қауіп төндіреді.

Пандемия кезіндегі қазақстандық БАҚ талдауы: денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануын сынайтын дискурстар

А. Медиаматериалдарды жалпы және алдын ала бағалау мен дискурс талдаудың таңдалу себебі

Пандемия кезеңіндегі қазақстандық БАҚ-тардың контентін талдау және дискурс талдау денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануы туралы сыни материалдар мен посттардың көп жарияланғанын көрсетті. Денсаулық сақтау жүйесі ахуалын талдау тұрғысынан олардың кейбірінің сапасы жоғары. Дегенмен Данияр Әшімбаев, Мағбат Спанов сияқты санаулы сарапшылар мақалалары мен сұхбаттарын есепке алмағанда, коммерциализация мен жекешелендіруді сынаған мақалалар мен посттардың басым бөлігі жүйелі және нақты емес. Бұл жағдай Қазақстанда, жалпы алғанда, **мемлекеттік** функциялардың коммерциялануы мен неолиберал капитализмге қатысты интеллектуал сын қалыптаса қоймағанын көрсетсе керек.

Дегенмен наурыз-сәуірдегі карантин кезіндегі тауар нарығы мен маусым-шілдедегі COVID-19 пандемиясының шарықтауы кезіндегі дәрі-дәрмек нарығындағы спекуляция туралы қазақстандық БАҚ пен әлеуметтік медидағы қазақ және орыс тіліндегі материалдар мен посттардың қатты сыни сипатқа ие болғаны анық байқалды. Сапалық контентке жасалған талдау спекуляция туралы мыңдаған жаңалық пен басқа да медиаматериалдар жарияланғанын көрсетіп отыр. У сарымсақ, зімбір, адыраспан сияқты тауар, әсіресе аса қажет дәрі-дәрмек бағасының шарықтап кетуіне азаматтар, журналистер, сарапшылар мен шенеуніктер айрықша негатив реакция көрсетті. Алайда спекуляцияны талдауда (немесе спекуляцияны «сананың коммерциялануы» және «неолиберализммен» байланыстыра талдау үшін) «сананың коммерциялануы», «Қазақстандағы неолиберализм және тауар мен дәрі-дәрмек нарығындағы спекуляция» деген тіркестермен іздеу жасағанда, қысқа немесе жүйесіз жазылған бірен-саран әлеуметтік медиапостынан өзге мардымды нәтиже шықпады.

Біріншіден, қарапайым азаматтарды былай қойғанда, журналистер, сарапшылар мен зерттеушілердің жекешелендіру және денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялану құбылысын тудыратын неолиберал капитализм (немесе неолиберализм) концепциясымен таныс емес екенін айта кеткен жөн. Сонымен қатар денсаулық сақтау құқығын қорғауға қажет ортақ не қоғам игілігі деген сияқты концепциялар Қазақстанда әлі күнге дейін көп қолданылмайды. Екіншіден, коммерциализация ұғымы өте позитив мағынада (бір нәрсені жақсы бағаға сатылатындай ету) – не «ғылыми зерттеу, не ауыл шаруашылығы қызметтерінің коммерциялануы» деген сияқты біздің зерттеу сұрағымыз контексінен өзгеше мағынада қолданылады. Сондықтан зерттеу сұрағына қатысты мәлімет табу үшін

жаңалық, сұхбат пен өзге де медиаматериал контексі, жалпы мағынасы және ондағы сөздердің қолданылу мағынасына үңілу керек. Осылайша пандемия кезінде қазақстандық БАҚ-та денсаулық сақтау саласының коммерциялануы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануын сынайтын мықты дискурс болған-болмағанын зерттеу үшін негізгі зерттеу әдісі ретінде дискурс талдау таңдалды.

Жалпы алғанда, Қазақстандағы медиада сананың коммерциялануы және денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануының қалай жазылғанына сандық контент-талдау сияқты сандық тұрғыдан зерттеу біршама қиын болды. Мысалы, 2020 жылдың қазан айының ортасында Google және Yandex сайттарына денсаулық сақтау саласының жекешелендірілуі мен коммерциялануы және сананың коммерциялануына қатысты қазақ тіліндегі нақты сөздер мен тіркестерді енгізгенде нәтиже шыққан жоқ.

Алдын ала жасалған қорытынды бойынша, қазақ тіліндегі медиа, жалпы алғанда, неолиберал капитализм мен денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануын сынайтын салмақты материал басқан емес. Жалпы алғанда, қазақ тілінде неолиберал капитализм туралы санаулы ғана материал бар (мысалы, Сомжүрек, 2010). 2020 жылдың қазан айының ортасында Google сайтында «неолиберал капитализм» тіркестерін енгізіп, іздеу жасағанда, жеті нәтиже ғана шықты. Қалай болғанда да, орыс тілінде ғылыми және баршаға арналған материал көп, бірақ олардың дені қазақстандық емес дереккөздерден.

Қазақстандық медианы алдын ала сараптау денсаулық сақтау секторындағы коммерцияланудың негатив ықпалдары (немесе неолиберал капитализмнің салдары) туралы ең көрнекі мақалаларды Vlast.kz, 365info.kz сайттары жариялағанын көрсетті.

Негізінен, денсаулық сақтау құқығын қорғауда адам құқықтары түсінігіне жүгіну туралы дискурстар Қазақстанда аз. Ал орыс тілінде жеке жағдайлар туралы санаулы материал жарияланған, мысалы, обыр дертіне шалдыққан қарағандылық журналист өз денсаулығына қауіп төндіргені үшін Денсаулық сақтау министрлігі мен «СК-Фармация» компаниясын сотқа берген (Журналист, 2020; Муканова, 2020). Жалпы алғанда, кешенді материал табылған жоқ. Қалай болғанда да, қазақ тілінде азаматтардың денсаулығын қорғауға қатысты адам құқығы түсінігін көтерген жеке кейс түріндегі материал да таба алмадық.

Ә. COVID-19 кезінде қазақстандық БАҚ-тардағы коммерциялану құбылысы туралы дискурстарды талдау

- 1) Неолиберал капитализм, денсаулық сақтау жүйесі және мемлекеттік функциялардың коммерциялануының негатив ықпалын ашып көрсететін дискурс

Жалпы, неолиберал капитализм, нақты алғанда, денсаулық сақтау жүйесі мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануының негатив ықпалын ашық сынайтын дикурс қазақстандық БАҚ-та өте сирек кездеседі (мысалы, Воронин, 2020). Денсаулық сақтау саласы, экономика мен мемлекеттің кей функцияларының неолибералдану және коммерциялануының негатив ықпалының ең жарқын және жіті сыни талдауын Данияр Әшімбаев жасаған.

365info.kz ақпарат агенттігі жариялаған мақалаларда неолиберал

капитализмнің негатив ықпалы туралы дискурс мемлекеттік функциялардың коммерциялануын талқылау деңгейіне дейін көтерілген. Мысалы, Әшімбаев мемлекет функцияларының коммерциялануы [немесе неолиберал бетбұрыс] Қазақстанда көптен бері байқалып отырғанын көрсетті. Оған қоса, халыққа көрсетілетін қызметтің «табысы» туралы әңгіме де анда-санда айтылып жүрді, яғни мемлекеттік қызмет пайда түсіруге тиіс [неолиберал капитализм логикасына сай]. Әшімбаевтың денсаулық сақтау секторын ашып көрсеткені маңызды (Алехова, 2020а).

Коммерциализация масштабын талдаған Әшімбаев «өмірдің коммерциялануы максимал шегіне жетті... ұғымдардың жаппай алмастырылуы мен қоғамдық қатынастар деградациясын байқап отырмыз¹⁴. Мемлекеттік қызметкерлердің жауапкершілігі мен есеп беруі, өзара міндеттеме жойылып барады» деген (Алехова, 2020а).

«Пандемия халыққа көрсетілетін қызметтің коммерциялануы мен қоғаммен қатынас деградациясының негатив жағы мен қаупін көрсетті». «Мен бәріне 1990 жылдардағы коммерциализацияны айыпты санаймын, сол үрдіс қазір бүкіл салаға еніп алған... Біз мемлекет пен қоғамның екеуі де деградацияға ұшыраған жағдайға жеттік» (Алехова, 2020а).

«Соның бір мысалы – денсаулық сақтау саласы. Бұрын да кейбір стоматологиялық қызметтен өзге медициналық мекемелер мемлекет меншігінде еді, содан кейін жеке сектор дами бастады. Бұл экономиканың аса табысты саласы болып шықты... содан кейін медициналық қызмет саласының коммерциялануына келдік».

2020 жылдың сәуірінде қажет қорғаныс киімі берілмей, үстемеақысы дұрыс төленбеген қазақстандық дәрігерлер мен өзге де медқызметкерлер наразылығынан кейін халық ашу-ызасы күшейе бастаған шақта ehonews.kz жариялаған материалда өте кәсіби түрде былай деп жазылған: «Денсаулық сақтау жүйесіндегі дағдарыс – талай жылдан бері осы саланың ауқымын кішірейтіп, коммерцияландырып, жекешелендірген неолиберал саясат нәтижесі» (Баиров, 2020).

Өз материалдарында Әшімбаев денсаулық сақтау саласының коммерциялануына қатысты сын жекеменшік денсаулық сақтау институттары немесе жекеменшік медициналық мекемеден бас тарту ретінде түсінілмеуі керектігін ескертті, ол барша халықтың қолы жететін, жүйелі түрде ұйымдастырылған қоғамдық денсаулық сақтау секторының қажетіне мән береді, әлгі тұтас жүйеде жекеменшік институттары қосымша, көмекші ұйым рөлін ғана атқаруы керек (Ергешова, 2020).

Қазақстандық денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануы туралы аталған сын, бюджеттен қаржы алып, ақшаны текке шашатын неолиберал институттардың құрылуына да тікелей әсері бар. Неолиберал реформалар нәтижесінде денсаулық сақтау жүйесінде «Ұлттық медициналық холдинг» АҚ, «СК-Фармация» ЖШС, «КазМедТех» АҚ сияқты квазимемлекеттік неолиберал институттар құрылды, оларды медицина саласы мамандары емес, неолиберал экономиканың, қаржы мен менеджменттің мамандары басқарады¹⁵ (Ергешова, 2020).

Осы квазимемлекеттік неолиберал институттарды құру, реформашылдардың жоспары бойынша, медициналық қызмет сапасын

14 Коммерциялану мен мемлекеттің жауапкершілігінің жойылуы арасындағы байланыс туралы алдағы мәтіннен оқыңыз.

15 Толығырақ осы мақаладан қараңыз.

жақсартуы керек болғанмен, шын мәнінде, денсаулық сақтау саласындағы мемлекеттік саясат бір ғана мақсатпен жүзеге асырылған сияқты. Ондағы мақсат – денсаулық сақтау институттарын жөндеудегі, тұрғызудағы, медициналық жабдық сатып алу мен азаматтарды емдеудегі мемлекеттің қаржылық шығынын минимумға азайту.

Әшімбаев мемлекеттің денсаулық сақтау саласының коммерциялизациясы механизмін қолмен қойғандай түсіндіріп берді, «Ауруханалардағы орын санын азайтып, ауруханаларды жауып, емхана сияқты денсаулық сақтау институттарын жекешелендірген мемлекет халықты жеке секторға бағынышты етіп отыр. Мемлекет аурухана салу, оны жөндеу және медициналық жабдық сатып алу шығынын өз мойнынан алып тастады. Алайда жеке бизнес ең алдымен табыс табуға тырысады. Негізі, карантин болмағанда, осы экономика (неолиберал рельске түскен) сол қалпында жұмыс істей берер еді» (Алехова, 2020а; Майская, 2020).

Соңғы жылдары денсаулық сақтау саласында коммерцияланудың бірнеше басты қағидасы (неолиберализм элементтері), негізгілерін атап айтсақ, медициналық сақтандыруды қайта енгізу, денсаулық сақтау институттарын жекешелендіру тұрақты түрде жүзеге асырылды. Алайда Әшімбаев сияқты бірнеше сарапшыны айтпағанда, қазақстандық ғалымдар мен сарапшылар бұл процеске сын айтқан жоқ. Мемлекет тегін медициналық көмектің кепілдік берілетін мөлшері ұғымын қабылдағанмен, ондағы қызмет көрсету операторлары да – жекеменшік медициналық орталықтар (Алехова, 2020а). Бұл жайт жеке институттардың денсаулық сақтау саласын табыс іздеу мен табысты максимумға жеткізу көзіне айналдыруына жол ашты (табыс іздеу және табысты максимумға жеткізу логикасы дәрі-дәрмек сатып алуға қатысты істерден де байқалады).

2) Коммерцияланған денсаулық сақтау саласының кемшіліктері және оның пандемия кезіндегі теріс ықпалын сынайтын дискурс

Пандемия кезінде қазақстандық БАҚ пен әлеуметтік медиада жарияланған көп материалда денсаулық сақтау жүйесінің кемшіліктері қатты сынға алынды. Алайда денсаулық сақтау саласының коммерциялануын сынаған материал өте аз болды. Д.Әшімбаев, К.Көнеев талдаулары – Қазақстанның денсаулық сақтау саласының коммерциялануының негатив ықпалын талдаған ең жіті талдаулар.

Мысалы, Әшімбаевтың айтуынша: «Егер пандемия болмағанда, осы [неолиберал] экономика жұмыс істеп тұра берер еді. Бірақ коронавирустың тарауы денсаулықты сақтандырудың жекеменшік жүйесі дағдарыс жағдайында емес, экономикалық өсу жағдайында ғана тиімді болатындай етіп құрылғанын көрсетті. Онда эпидемияға қарсы күреске шығатын күш пен қауқар жоқ. Жүйе құлады» (Алехова, 2020а; Майская, 2020).

Д.Әшімбаевтың айтуы бойынша: «Жекеменшік денсаулық сақтау институттары, жалпы алғанда, пандемиямен күреске мүлде жоқ. Карантин кезеңі мен шекара жабық кезде [Қазақстанның денсаулық сақтау саласының коммерциялануы мен неолибералдануынан пайда көріп отырғандарға], шет елде емделу де мүмкін болмай қалды. ... Мемлекеттің талай жылдан бері реформалап [және неолиберал үлгіге бейімдеп келе жатқан] денсаулық сақтау жүйесі мемлекеттің өзіне [неолиберал идеологиясына да] ақтық соққы берген сияқты» (Алехова, 2020а).

Дегенмен пандемия кезінде медиада сирек байқалған жекеменшік клиника өкілдерінің пікірінше, жекеменшік денсаулық сақтау секторы тиімді. Мысалы, Алматыдағы жеке клиникалардың бірінің директоры таза неолиберал дискурсқа сай әңгімесінде Қазақстан денсаулық сақтау саласы жекешелендірілген немесе бәсекелес ортада жұмыс істейтін елдер тәжірибесін алу керек деген. Себебі мемлекет денсаулық сақтау саласына араласқан сайын жемқорлық өршіп, тиімділігі төмендейді (Алимов, 2020). Жекеменшік клиникалардың табыс табуды көздеген сақтандыру компаниялары бар неолиберал медициналық сақтандыру жүйесін қолдауы логикаға сыйымды, жалпы, сол сақтандыру компанияларының қайта сақтандыру компанияларымен аутсорсинг келісімшарттары бар (Алимов, 2020).

«Әлемдік денсаулық сақтау жүйелерінің пандемия кезіндегі тиімділігі» атты қызықты салыстырмалы талдауды ratel.kz сайты жариялаған (мұндай талдау қазақстандық БАҚ-та тапшы). Автор Байжүнісовтің (2020) жазуынша, негізінен, жекеменшік денсаулық сақтау ұйымдарынан құралған модельдермен салыстырғанда, мемлекеттік-әлеуметтік модельдегі денсаулық сақтау жүйелері тиімдірек болып шықты. Мақала авторы мұны мемлекеттік денсаулық сақтау саласы мықты елдер төтенше жағдайда басқаруды дереу бір орталықтан ұйымдастыра алатынымен түсіндіреді. Алайда бұл материалда денсаулық сақтау саласының коммерциялануына қатысты өткір сын жоқ.

COVID-19 вирусының жаздағы шарықтауының алдында «Караван» газеті Польшадағы атышулы саяси белсенді Матеуш Пискорскийдің сұхбатын жариялаған. Бұл интервью неолиберализм мен денсаулық сақтау саласының коммерциялануын ашық және жанама түрде сынауымен өзекті. Пискорский пандемия мемлекеттің денсаулық сақтау саласындағы өкілетін күшейтіп, капитализмге соққы береді деп, салыстырмалы талдауында мемлекеттік және баршаның қолы жететін тегін денсаулық сақтау қызметінің пайдасын түсіндірген (Омарова, 2020).

3) «Денсаулық сақтау саласы – мемлекеттің лайықты деңгейде қаржыландыруын қажет ететін ұлттық экономиканың стратегиялық секторы» пікірін өрбітетін дискурс

Қазақстандық БАҚ-та денсаулық сақтау саласының маңызы туралы дискурс жиі кездеседі және ондағы пікірталас қызық (Exclusive, 2020). Пандемия кезінде жарияланған көп мақала мен медиапосттар денсаулық сақтау жүйесінің стратегиялық рөлін атап көрсеткен. Оның түйінін Baugenews.kz жариялаған мақала жақсы көрсетеді: «Бүкіл ұлттық экономиканың денсаулық сақтау саласының тиімді болуына тәуелді екені мәлім болды, сондықтан денсаулық сақтау саласына бюджет ақшасын қайтусыз жұмсайтын масыл сектор ретінде қарау дұрыс емес» (Бекболаева, 2020).

Сонымен қатар көп мақала мен әлеуметтік медиапосты денсаулық сақтау жүйесін қаржыландырудың мөлшері мен басқару сапасын едәуір арттыруды талап еткен (Бекболаева, 2020; Мазоренко, 2020; Майская, 2020). Vlast.kz сайтындағы көзге бірден түсетін мақала атауы – «COVID-19 вирусымен күрестегі миллиардтар. Посткеңестік елдердің коронавирусқа тойтарыс беруде қиналу себебі не? Себепті медицина секторын жеткіліксіз қаржыландырудан іздеу керек» (Мазоренко, 2020).

Қазақстандық БАҚ денсаулық сақтау саласының тиімсіз қаржыландырылуын пандемиядан бұрын да сынаған еді. «2017 жылы Қазақстан экономикасындағы денсаулық сақтауға жұмсалған қаржы ЖІӨ-нің 3,7% шамасында болды, бұл даму деңгейі шамалас елдердегі мөлшерден (ЖІӨ-нің 6%) әлдеқайда төмен. 2017 жылдың соңында денсаулық сақтауға жұмсалған қаржыдағы азаматтардың жеке шығынының үлесі 41% болған, бұл Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДСҰ) ұсынған шектен екі есе көп» (Абжекенова, 2018). Жеке төлемдердің 30 пайызынан астамы медициналық көмектің кепіл берілген мөлшеріне кіретін медициналық қызметтерді сатып алуға жұмсалған. Яғни қазақстандықтар денсаулыққа қатысты қаржы тәуекелінен сақтандырылмаған және алдымен бұлар – халықтың әлеуметтік тұрғыда қорғалмаған санаттары. Дегенмен, парламент депутаттарының бірі айтқандай, денсаулық сақтауға жұмсалған қаржыдағы азаматтардың үлесі ресми түрде 41 пайыз ретінде көрсетілсе де, зертхана мәліметтерін қосса, бұл көрсеткіш 70 пайызға да жетуі мүмкін (Абжекенова, 2018).

Дегенмен үкімет денсаулық сақтау секторын қадағалауды өз қолына алу керек деген идеяны талдаған материалдар да бар. Денсаулық сақтау саласын жекешелендірудің залалды ықпалы (Алехова, 2020a and 2020b) мен қаупін ашық талқылап (мысалы, Д.Әшімбаев, М.Спанов, К.Көннеев), мемлекет бүкіл денсаулық сақтау жүйесін күшейту керек (мысалы, Бекболаева, 2020) дегендердің саны салыстырмалы түрде өте аз.

Денсаулық сақтау саласы стратегиялық сектор деген дискурсты «денсаулық сақтау жүйесі медицинаны түсінбейтін немесе одан мүлдем алшақ адамдардың қолында» немесе «денсаулық сақтау жүйесін талай жыл бойы экономист, қаржыгер немесе корпоратив менеджер басқарып, мемлекеттің денсаулық сақтау саласын деградацияға ұшыратты» (мысалы, К.Көннеев, Д.Әшімбаев) деп те түсінуге болады. Бұл бағыттағы сынды денсаулық сақтау саласының коммерциялануын сынаған деп пайымдауға болады.

4) Дискурс: әлеуметтік қорғауы әлсіз олигархиялық экономика

Пандемия кезінде Қазақстанның экономикалық жүйесінің жалпылама сипатына сыни талдау жасалғаны байқалады. Бұл сыни талдауды мемлекеттің кейбір функцияларының арасында да «коммерциялануының» дәлелі деуге болады. Осындай медиаматериалдар – мемлекеттік функциялардың коммерциялануын сынаудың бір қыры, бірақ онда коммерциализация тұжырымдамасы ашық қолданылмаған.

Қазақстан экономикасына екіұшты емес, нақты сипаттама беру мүмкін емес деген көзқарас бар (мысалы, Исабаева, 2017). Соған қарамастан, COVID-19 пандемиясының қатаң сабақтарын талдаған мақалаларда кей сарапшылар Конституциясында Қазақстан әлеуметтік мемлекет ретінде аталғанмен, мұндағы әлеуметтік қамсыздандыру саясаты, шын мәнінде, осал және олигархиялық монополиялық капитализм негізіне құрылған деп меңзейді (Алехова, 2020b). Әшімбаевтың түсіндіруінше, мұнай мен газ де-юре мемлекет иелігінде болғанмен, де-факто біреулердің қадалауында. Әлгі тұлғалар басқарушы элитаға жақын болғандықтан, халықтың мүддесі қаперге де алынбайтыны белгілі (Алехова, 2020a). Пандемия қиындықтарына алаңдаған тағы бір қазақстандық экономист квазимемлекеттік компаниялардың оффшорлық операцияларына үзілді-кесілді тыйым салуды ұсынған. Трансұлттық корпорациялардың табысы

сыртқа кетіп жатқанын баса айтқан ол қадағаланбаған капитал ағынының (олигархиялық топтар мен трансұлттық компанияларға пайдалы) қаупін де ескерткен. Алайда әлгі табыс ұлттық кіріс болып есептеледі (Алехова, 2020 b).

Қазақстанның неолиберал бетбұрысының нәтижелерінің бірі – кәсіподақ ұйымдарының әлсіз мәртебесі мен жұмыскерлердің әлеуметтік және экономикалық құқықтарын қорғау стандарттарының төмен болуы. Осы себепті пандемия басталып, дәрігерлер мен басқа да медперсонал нашар халдегі денсаулық сақтау жүйесінің тұтқынына айналғаны белгілі болған кезде әлеуметтік белсенді және дәрігер Қайырғали Көнеев медицина қызметкерлерін тәуелсіз қауымдастыққа біріктіріп, олардың әлеуметтік құқықтарын қорғау процесін басқаратынын жариялады (Баиров, 2020). Жалпы алғанда, пандемиямен күресіп жатқан қазақстандық медицина қызметкерлерінің сұмдық жұмыс жағдайы айтарлықтай әлеуметтік медиа қолданушылары мен қазақстандық БАҚ-тың назарын аударды.

5) Қаржыны тиімсіз жұмсау, ақшаның зая кетуі, алаяқтық пен жемқорлық туралы дискурс

Қазақстандағы «дәстүрлі» және әлеуметтік медиада пандемия кезінде қаржыны тиімсіз жұмсау мен ақшаның талан-тараж болуы туралы мықты дискурс бар. Бұл дискурстағы сын денсаулық сақтау секторының жекешеленуі мен коммерциялануын (жалпы алғанда, неолиберал институттар) және сананың коммерциялануын (пандемия кезінде де табыс іздеуін) сынағанмен, дәл осы концепцияларды тікелей қолданған материал саны аз.

Vlast.kz тәуелсіз медиаұйымының талдауына сәйкес, бастапқыда пандемияны еңсеруге бөлінген аз ғана қаржы тиімсіз бөлініп, бүкіл жағдайды күрделендіріп жіберген. Кей жерге қаржы керек емес те еді, кей жердің есебі ашық болмады, кей жерге қомақты қаржы тиді, кей жерге қаржы уақытынан кеш түсті. Осының салдарынан қорғаныш заттар, дәрі-дәрмек, тест пен ИВЛ қондырғыларының тапшылығы пайда болды (Логинава, 2020). Жалпы алғанда, қазақстандық БАҚ пандемия кезінде қаржының жөнсіз, тиімсіз жұмсалуды туралы жақсы, сапалы материал жазды (мысалы, Логинава, 2020; Мазоренко, 2020; Алехова 2020a). Айталық, қазақстандық журналистер антиретровирусты препараттардың өз құнынан үш есе қымбатқа сатып алынғанын анықтаған. Әлеуметтік белсенділер Қазақстандағы квазимемлекеттік институттардың бұдан бұрын да антиретровирусты препараттарды шарықтаған бағаға сатып алғанын жазған. Оған қоса, осы «біртүрлі» маркетингтік саясатқа халықаралық ұйымдар да назар аударған (Логинава 2020).

Qatar Airways жапсырма қағазы бар жәшіктері (жүкті, яғни Катар әмірлігінің гуманитарлық көмегін жеткізген әуекомпаниясының) Алматыдағы жекеменшік дәріханалардың бірінен байқалған соң, Қазақстан нарығына дәрі-дәрмек жеткізуге өкілетті жалғыз провайдер – квазимемлекеттік институт «СК-Фармация» (неолиберал логикамен толықтай үндес форматта, ЖШС түріндегі жекеменшік кәсіпорын ретінде тіркелген) гуманитарлық көмектің өзін сатады деген күдік туған (КТК, 2020). «СК-Фармация» бұл айыптауды жоққа шығарды (Информбюро, 2020). Жалпы, «СК-Фармация» жұмысын Қазақстандағы әлеуметтік медианың көптеген қолданушылары мен БАҚ қатаң сынады.

- 6) Пандемия кезіндегі квазимемлекеттік институттар мен мемлекеттік қызметкерлердің негіздеуге келмейтін кірісі жөніндегі дискурс

Мемлекеттік қызметкерлердің жемқорлығы мен халық алдында есеп беруінің төмен болуының бір себебі – жекешелендіру мен коммерциялизация болып шықты (мысалы, Dorfman & Harel, 2015).

Жалпы алғанда, CEO мен өзге де топ-менеджерлердің супербонус сияқты әділетсіз және шектен тыс мөлшердегі кірісі – неолиберал капитализмге тән құбылыс, ол әлеуметтік жауапкершілік пен моральдық экономикамен мүлде үйлеспейді. Қазақстандық БАҚ-тың квазимемлекеттік институттар мен мемлекеттік қызметкерлердің пандемия кезіндегі негіздеуге келмейтін кірісін жерден алып жерге салған дискурсы қатты сезілді. Миллиондаған адам қиналып, дәрігерлер мен басқа да медперсонал қаржы, құрал-жабдық, тіпті ас-су тапшылығы жағдайында аурумен күресіп жатқанда, квазимемлекеттік немесе мемлекеттік органдар менеджментінің қомақты бонус алуына халықтың наразылығы туралы жазған мақала көп (Алехова, 2020а; Сугирбаева, 2020; Асылбек, 2020).

КазТАГ агенттігі «КазТАГ редакциясынан «СК-Фармация» қызметкерлерін ақшалай марапаттау туралы материалды «алып тастауды» өтінді» деген тақырыпта қызық материал жариялады (Касенов, 2020). Мақалада «СК-Фармация» ЖШС баспасөз қызметінің аты-жөні аталмаған қызметкері бас редакторға телефон шалып, мақала авторынан және редакция алқасынан коронавирустан адамдар өліп, дау-дамай өршіп жатқан тұста «СК-Фармация» ЖШС қызметкерлерін марапаттау туралы материалды «алып тастауды» сұраған кезде бас редактордың төбесінен жай түскендей реакциясы сипатталған. Мақалада «дәрі-дәрмек, оттегі баллоны, ИВЛ қондырғыларының тапшылығынан және гуманитарлық көмекті кеш таратудың кесірінен адамдардың көз жұмуына басқа институттармен қатар «СК-Фармация» ЖШС-ны да айыптап отырғанын атап көрсету керек» (Касенов, 2020) деген.

Бұл дискурс – мемлекеттік функциялардың коммерциялануы мен сананың коммерциялануының (миллиондаған адам қиналып жатқан пандемия кезінде де материалдық табыс іздеуде көрініс тапқан) тағы бір қыры. Дегенмен медиаматериалдар мен әлеуметтік медиапосттарының басым бөлігі неолиберализм, коммерциялизация немесе жекешелендіру терминдерін ашық қолданбаған. Бірнеше сарапшы қана талдауында неолиберал коммерциялизацияның теріс ықпалын көрсеткен. Мысалы, Қазақстанның денсаулық сақтау жүйесінің пандемия кезінде тиімді медициналық қызмет көрсете алмауы туралы контекстінде Әшімбаев Қазақстандағы әлеуметтік мемлекеттік институттардың коммерцияланып кеткенін және «артықшылыққа» ие кейбір тұлғалар мен топтардың өз еңбегімен таппаған кірісті комиссия ретінде лауазым иеленгеніне байланысты алатынына назар аударған (Алехова, 2020а).

- 7) Есеп бермейтін шенеуніктер, мемлекеттік органдардың халық алдындағы жауапкершілігінің құлдырауы жөнінде дискурс

Қазақстандық БАҚ материалдары мен әлеуметтік медиапосттарда халық алдында есеп бермейтін немесе халық талабына енжар қарайтын және халықтан алшақ мемлекеттік органдар мен шенеуніктер туралы

айқын дискурстар болған. Көп мақала мен пост халықтың мемлекеттік және квазимемлекеттік органдардың пандемия кезінде баяу жұмысына наразылығы туралы жазды (мысалы, Асылбек, 2020). Одан да маңыздысы, мемлекеттік органдардың халық алдында есеп беруі мен халық алдындағы жауапкершілігінің деградациясы мен құлдырауы осы дискурстың өзегіне айналды. Осылайша бұл дискурс денсаулық сақтау жүйесінің, жалпы алғанда, мемлекеттің неолиберал институттарына қатысты сынды меңзейді. Мемлекеттік қызметкерлердің халық алдында есеп беруінің және жауапкершілігінің құлдырауына өзге факторлармен қатар неолиберал коммерциализацияның теріс ықпалы әсер еткен. Басқаша айтқанда, әлеуметтік институттар коммерцияланып, кейбір таңдаулы адамдар мен топтар негіздеуге келмейтін кірісті комиссия ретінде алып табыс тапса немесе әлгі институттардың иесіне айналған елде халық алдында есеп беретін мемлекет пен халық алдындағы жауапкершіліктің деградацияға ұшырап, жойылатыны туралы айта аламыз.

Алайда бірнеше мақала мен поста ғана неолиберализм, коммерциализация және мемлекеттің есеп берушілігінің құлдырауы сияқты нақты терминдер тікелей қолданылды. Әшімбаевтың айтуынша, «СК-Фармация мен Әлеуметтік сақтандыру қорын кім басқарса да, дау-дамай шығады. Халықтың миллиондаған ақшасын кеңсе жөндеу, қымбат көлік алу және басы артық имидждік оқиғалардың түр-түрін мемлекеттік сатып алу құжаттарына жұмсағаны туралы тұрақты түрде жарияланып тұрады... Мемлекеттік аппарат өз ісінің дұрыс екеніне сеніп алған» (Алехова, 2020а).

Бұл дискурсты «терең және жүйелі коммерциализацияға ұшыраған мемлекетте көрнекі қоғамдық келісім болмайды» деп те атауға болады. Басқа сөзбен айтқанда, мұндай деградацияның кесірінен қоғамдық келісімнің бүтіндігі туралы сөз қозғау да қиын. Кез келген заманауи демократиялық мемлекеттің іргетасы іспетті қоғамдық келісім ұғымын жүзеге асырудың қиындығы туралы Әшімбаев қана мемлекет пен денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануына қатысты медиаматериалдарында айтқан. Бұл дискурсты былай да түсінуге болады: «Заманауи демократиялық мемлекет [гипотетикалық тұрғыдан алғанда] қоғамдық келісім негізінде құрылады, бірақ мемлекеттік функциялар коммерцияланып, денсаулық сақтау сияқты адам өміріне аса қажет секторлар жекешеленсе, қоғамдық келісім мен мемлекетіміздің сыйқы қандай болғаны?», «Егер мемлекеттің өзі коммерцияланса, мемлекет қоғамдық келісім аясындағы халық алдындағы міндеттемелерін қалай орындайды?» (Алехова, 2020а).

Бұл дискурсқа сай, мемлекеттің халық алдында есеп беруі мен жауапкершілігінің жойылуының басты себебі — жекешелендіру мен коммерциализация. «Мемлекет қоғам алдындағы жауапкершілігін мүлде ұмытқан сыңайлы – шенеуніктер сәтсіздікке ұшыраған мемлекеттік бағдарламалары үшін қоғам алдында есеп бермейді. Оған қоса, халық мемлекеттік аппараттың қаржы ағындарына масыл болған қажетсіз әлеуметтік жүк саналып отыр. Мұндай жағдайда қандай да бір көрнекі қоғамдық келісім туралы сөз қозғаудың өзі қиын» (мысалы, қараңыз: Алехова, 2020а; Ашимбаев, 2020).

Әшімбаевтың пандемия кезіндегі сараптамасынан алынған бұл дискурс Иерусалимдегі Еврей университетінің ғалымдары Дорфман және Харелдің (2015) зерттеу нәтижелерімен үндес. Олардың айтуынша, жекешелендіру мен коммерциализацияның салдарынан бірі – бұл саяси

жүйе мен әлеуметтік мәдениетті күшті ортақ жауапкершілікпен және жоғары деңгейдегі саяси қатысумен ерекшеленетін сипаттан, бөлшектену мен әлеуметтік жіктерге бөлінумен ерекшеленетін сипатқа айналдыру болып саналады. Басқаша айтқанда, жекешелендіру құбылысы мемлекетті қоғам алдындағы жауапкершіліктен айыру ретінде қарастырылуы мүмкін, бұл, сөзсіз, мемлекеттік органдардың жауапкершілігі мен қоғамдық жауапкершілікті төмендетеді.

COVID-19 пандемиясы әлі де көп ескерілмей жүрген бұл құбылысты, яғни жекешелендірудің азаматтардың саяси процесстерге қатысу аясын тарылтатынын және саяси жүйенің жауапкершілігі мен әлеуметтік жауапкершіліктің құлдырауына жол ашатынын (Dorfman & Harel, 2015) анық көрсетті. Басқа сөзбен айтқанда, қазақстандық БАҚ-та жарияланған 2020 жылдың жазында COVID-19 вирусы өршіген кездегі денсаулық сақтау және дәрі-дәрмек секторындағы сұмдық ахуал туралы талдауларда мемлекеттік қызметкерлердің халық алдындағы жауапкершілігі аурумен күресіп, халыққа көмектесуден қашқақтағандарды жазалауды талап еткенмен, денсаулық сақтауға қатысты мәселелерде халық алдындағы жауапкершілігіне кесірін тигізген құбылыс жекешелендіру мен денсаулық сақтау секторының коммерциялануы екенін ашық талқылаған материалдар саны аз болды.

- 8) Соңғы дискурс: «ештеңе өзгермейді». Денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануының басты себебі – неолиберал капитализм тұзақтарын білудің маңызы

Қазақстандық БАҚ-та ашық түрде сирек айтылғанмен, әсіресе кеңес заманында өмір сүрген сарапшылардың көбі қолдайтын бір дискурс бар. Ол дискурсты былайша жеткізуге болады: «Коммерцияланған және әлеуметке қарсы бұл денсаулық сақтау жүйесі нашар әрі қатігез, бірақ ол осы күйінде әлі де көп уақыт қалатын сияқты, себебі оны өзгертуге ешкім де тырыспайды және оны өзгерте алмайды» (мысалы, қараңыз: Алехова, 2020а; Алехова, 2020b). «...Бұл жүйе бұзылған, бірақ оны жөндеуге ешкім асығар емес. Өзгерісті талап ететіндер бар, бірақ шынайы трансформация жасайтын саяси жігер мен қолдау жоқ. Ахуалдың сәл болса да жақсарғанын жұрттың бәрі қалайды, бірақ тәртіп орнату құнын төлеуге ешкім де құлықты емес» (Алехова, 2020а). «Бұл жүйенің әлсіз және күйреуге бейім екені сонша – ол өзгермейді» (Ашимбаев, 2020).

Біздің пікірімізше, коммерциялануға қарсы бағытталған, бірақ сонымен қатар пессимистік сипаттағы бұл дискурстың шығу тегін мынадай үлгіде түсіндіре аламыз: денсаулық сақтау жүйесінің коммерциялануын сынға алған мемлекеттік қызметкерлер болсын, сарапшылар мен журналистер болсын, мейлі қарапайым азаматтар болсын, тіпті шетелдердегі мамандардың көпшілігі және адам құқығын қорғаушылар неолиберал капитализм мен денсаулық сақтау саласының (білім беру саласы да осыған ұқсас) коммерциялануын жүйелі түрде және ғылыми тұрғыда сынап, өміршең баламалар ұсынатынынан көп хабардар емес сияқты. Көп адам неолиберал капитализм қағидалары – «шәк келтіруге болмайтын ғылыми шындық», «осы қағидаларды ұстануға қажет нарықтық экономиканың функциясы» деп ойлауға бейім болуы мүмкін (іс жүзінде бұл қағидалар саяси экономиядағы көп теорияның бірі – неолиберал капитализмге ғана тән). Басқа сөзбен айтқанда, посткеңестік елдердегі көп адам неолиберал капитализмнің саяси экономиядағы теориялардың бірі ғана екенін, бірақ

ол адам құқықтарының сақталуына (соның себебінен өзге жайттармен қатар денсаулық сақтау және білім беру салаларын жекешелендіру және коммерцияландыру) зиянын тигізіп, қауіпті болуы ықтимал екенін білмейтіндіктен, енді не істеуге болатынына байланысты пессимистік күйге түсуі мүмкін.

Ұсыныстар: «Неолиберализмге қатысты адам құқықтары тұрғысынан либерал сын қалыптастыру несімен маңызды?»

Қазақстандық БАҚ-та коммерциялизацияға қарсы, тіпті капитализмге қарсы дискурс бар. Алайда неолиберализмге қарсы көрнекі либерал дискурс жоқ (кейбір әлеуметтік медиааккаунтын қоспағанда). Қазақстандағы капитализм мен мемлекеттік функциялардың және денсаулық сақтау саласының коммерциялануын сынаушы басты тұлғалар либерал идеяларға келгенде сақ. Дегенмен адам құқықтарының баршаға бірдейлігі туралы заманауи түсініктің негізінде либерал идея жатыр және ол неолиберал капитализмнің негізгі қағидаларына аса сыни, тіпті кереғар көзқараста. Біздің пікірімізше, неолиберализмді сынайтын либерал дискурс – адам құқықтарының заманауи түсінігіне сүйенген денсаулық сақтау құқығы туралы дискурс қалыптастыру қажет. Скандинавиялық және көптеген континентал Еуропа елдерінің экономикалық модельдері нарықтық экономика мен адам құқықтарын қорғауға негізделген, бірақ әлеуметтік тұрғыда қоғам алдында жауапты демократиялық мемлекет құрудың жарқын мысалын көрсетіп отыр. Нарықтық экономика қағидалары қабыл алынады және қорғалады, бірақ халықтың қауіпсіздігі, өмірі мен қадір-қасиетіне қатысты мәселелерде нарық ережелері қабылданбайды.

Бұл мақала – нормативті зерттеу. Сондықтан ол, біріншіден, адам құқықтары дегеніміз – моральдық құқық; екіншіден, әділдік деген моральдық парыз, үшіншіден, денсаулық сақтау құқығы дегеніміз – бәрінен бұрын адам құқығы және ол әділет бейнесі деген сенімге құрылған. Басқаша айтқанда, денсаулық сақтау құқығы – әрі моральдық құқық (себебі ол барлық өзге жайттарға қарағанда адам құқықтары түсінігіне көбірек негізделген (Tasioulas & Vayena, 2016: 380), әрі моральдық парыз. Сондықтан егер мемлекет өз азаматтарының денсаулық сақтау құқығын қорғамаса немесе тым құрығанда осы құқықты қорғау үшін істеуге тиіс істі істемесе – мемлекеттің адам құқықтары мен әділдікті аяқасты еткені не моральдық құқықты бұзып, моральдық парызын өтемегені.

Пандемия кезіндегі қазақстандық БАҚ талдауы, денсаулық сақтау құқығын қорғауда адам құқықтарына жүгіну дискурсының әлсіз екенін көрсетті. Қарағандыдағы айрықша кейстен (Журналист, 2020; Муканова, 2020) басқа денсаулық сақтау құқығын қорғау үшін адам құқықтары тұжырымдамасын алға тартуды негізге алатын дискурсқа байланысты мысал табылмады. Сондықтан Қазақстанда неолиберал капитализмге қарсы адам құқықтарына негізделген либерал сын қалыптастыру қажет, басқаша айтқанда, неолиберализмге қарсы адам құқықтарына негізделген сын – либерал позиция, ол, қалай болғанда да, неолиберализмнің басты идеяларына қарсы. Адам құқықтарына негізделген либерал позиция, неолиберализмнің денсаулық сақтау саласын жекешелендіру арқылы адамның фундаментал болып саналатын денсаулық сақтау құқығына қауіп төндіреді деп дабыл қағады. Денсаулық сақтау саласы, қорғаныс саласы немесе полиция қызметі сияқты жеке индивидтердің, қоғам мен мемлекеттің қауіпсіздігін қамтамасыз етеді. Қорғаныс күштері –

коммерцияланбайтын сектор. Сонымен қатар әділет жүйесін де нарыққа бағытталған жүйеге айналдыру ықтималдығы туралы да ешкім айтпайды. Мемлекет философиясы талаптары бойынша мемлекет қорғаныс болсын, әділет жүйесін болсын, тегін (немесе халықтың мемлекетті қолдау үшін салық төлеуі арқылы сияқты механизмдермен) қамтамасыз етеді. Азаматтармен бекіткен қоғамдық келісіміне сай, мемлекет – демократиялық елдегі өзге жайттармен қатар, қауіпсіздікті сақтау парызын да мойнына алатын басты инстанция.

Денсаулық – адамзаттың қауіпсіздігі. Адам құқықтарының заманауи түсінігімен үндес келетін мемлекет философиясының жаңа ұғымына сай, мемлекет барлық азаматтарының денсаулық сақтау құқығын қамтамасыз етіп, оған кепілдік беру керек. Жалпы және жан-жақты денсаулық сақтау және білім беру (біздің пікірімізше, бүгінде бұған жоғары білім беруді де қосу керек) салаларына әділет немесе қорғаныс секторы сияқты қарап, оның негізгі функцияларын жекешелендіруге немесе коммерцияландыруға жол бермеу керек. Екінші жағынан алғанда, қоғамдық мәртебесі жауапкершілік те жүктейді. Дорфман мен Харел (2015: 1) айтқандай, «жекешелендіру» шешім қабылдау процестері мен азаматтар арасында байланысты үзеді, сондықтан саясатқа атсалысу мен оның астарында жатқан ортақ жауапкершілік түсінігін құлдыратады. Мысалы, қазақстандық БАҚ пен әлеуметтік медидағы көп материал мен постта «СК-Фармация» компаниясы мен Әлеуметтік сақтандыру қоры жұмысының сын көтермейтіні жазылып, ондағы басшылардың пандемия сияқты төтеше жағдай кезінде негізсіз материалдық пайда тапқаны (немесе мемлекеттік қызметкерлердің жұмысын нашар атқарғаны, қаржыны талан-тараж еткені туралы оқиғалар) әшкереленді. Халықтың наразылығын тудырған бұл проблемаларды шешу үшін жүйелі және түбегейлі трансформация қажет. Мұндай түбегейлі трансформация неолиберализм қағидаларының әлеуметтік-демократиялық, адам құқықтары сақталатын баламасына негізделіп, осыларға сай жоспарлануға тиіс (ол әсіресе денсаулық сақтау және білім беру салаларына қатысты).

Егер денсаулық сақтау саласы қоғамдық болса, мемлекеттік қызметкерлердің шешімдерін толықтай азаматтардың мүддесі үшін жасалған шешім деуге болады. Соның нәтижесінде азаматтардың саясатқа араласу белсенділігі артады. Алайда жекешелендіру шешім қабылдау процестері мен азаматтар арасында байланысты үзетіндіктен, саясатқа атсалысу мен оның астарында жатқан ортақ жауапкершілік түсінігін жояды (Dorfman & Harel, 2015: 1-2).

Либералдар, өз кезегінде, адамның еркіндік пен бостандықтарын қорғау дегеннің қоғамдық денсаулық сақтау мен білім беруді қабыл алмауды білдірмейтінін түсіну керек. Қайта керісінше, ол халықтың қауіпсіздігі пен абыройлы өмір сүру құқығының қамын жеуден туындайды және ол мемлекеттің ең қымбат капиталы – халқын қорғауды білдіреді. Неліктен қорғаныс ісіне жұмсалған қаржы еркіндікке қарсы емес те, ал жалпыға бірдей қоғамдық денсаулық саласына қаржы жұмсау еркіндікке қарсы? Томаски (2020) айтқандай, қазір әсіресе либерал саналы адам құқықтарын зерттеушілер мен белсенділердің неолиберализм қолданған «жекешелендіру» және «коммерциялизация» концепцияларына қарсы философиялық шабуыл жасайтын кез келді. Томаски (2020) логикасын қолдансақ, адамның еркіндік пен бостандықтары қағидасы және оның интерпретацияларын денсаулық сақтау құқығын коммерцияландырып, денсаулық сақтау саласын «тауар» еткісі келетін неолиберал әрекеттерге

қарсы қолдануға болады. Біздің еркіндігіміз өзге адамдарға зиян келтіруге қолданылмауы керек. Адамдардың денсаулығын сақтауына аса маңызды денсаулық сақтау саласын коммерцияландыратын жеке кәсіпкерлік өзге адамдардың денсаулығына зиянын тигізеді деуге болады. Себебі адамның өмірі мен денсаулығына қатысы бар көмек алуын коммерциялық негізге тұрғызады.

Еркіндік дегеніміз – денсаулық сақтау секторын коммерцияландырып, оны табысты максимумға жеткізу құралына айналдыру арқылы көптің денсаулық сақтау құқығын шектеу, оны қолжетімсіз қылуды білдірмесе керек. Денсаулық сақтау саласын коммерцияландыру миллиондаған адамды қинап, олардың денсаулығын құртып, тіпті өмірден өтуіне жеткізеді. Себебі олардың қалтасы медициналық қызмет немесе препараттарды алуды көтермейді. Оған қоса, мемлекетке өзінің басты функцияларының бірі – халық денсаулығын сақтау ісін қысқарту, тіпті оны тәрк етуге тура келеді.

Денсаулық сақтау жүйесін неолиберал капитализм линзасы арқылы бюджет ақшасымен табысты максимумға жеткізуші құрал ретінде көретіндер – адам құқықтарын бұзушылар. Неолиберал капитализмнің таралуының ең қауіпті салдары халықтың құлағына экономика мен саясатта, тіпті адам өмірінде мораль мен этикаға орын жоқ деген ойдың құйылып қойылғанында болса керек. Алайда Сангера мен Сатыпалдиева (2020b: 2) атап көрсеткендей, әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар саласының ғалымдары, бақуаттық, заңдылық пен әділдікке қатысты баға бермей тұра алмайды.

Қазақстан қоғамы мен интеллектуалдары адам құқықтары, адамның денсаулығын сақтау құқығы, әділдік, әлеуметтік әділдік, әлеуметтік этос, қоғамдық мораль, ортақ игілік сияқты мәселелер мен концепциялар дискуссиясына белсендірек атсалысуға тиіс.

Қорытынды

Адам құқықтары туралы барлық басты құжаттар адам құқықтарының табиғи немесе моральдық/философиялық концепциясына құрылған, онда барлық адам – адам баласы болғаны және адамдық қадір-қасиеті үшін ғана адам құқықтарына ие делінген (Liao & Etinson, 2012: 327–328). Адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі туралы идея заманауи мемлекет пен нарықтық экономиканың адамның қадір-қасиетіне төндіретін қауптеріне жауап береді (Donnelly, 2006: 612). Адамның фундаменталды құқықтарының бірі – денсаулық сақтау құқығы осы формат аясында қарастырылуы керек.

Мемлекет пен халық денсаулығының жаңа түсінігінің мәні кең мағынадағы адамның қадір-қасиеті мен қауіпсіздігі ұғымына сай болуға тиіс. Негізі, қазіргі мемлекет философиясы әлеуметтік қамсыздандыру, қоғамдық денсаулық саласы мен қоғамдық білім беру салаларын қорғауға негізделу керек. Қоғамдық/ортақ игілік болатын денсаулықты сақтау құқығы сияқты адам құқықтары жекешелендірілмеу және коммерцияланбау керек. Сондықтан денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануын насихаттайтын неолиберал капитализм адам құқықтары түсінігінің кей маңызды аспектілеріне қайшы. Оған осындай баға берген абзал. Нарық заңдары бәрін анықтай алмайды.

Адам құқықтары мен халықаралық құқық зерттеулерінде денсаулық сақтау құқығы – ұжымдық құқық деген көзқарасты қолдайтын мықты тренд бар. Оны қолдаушылар ауқымды қоғамдық денсаулық және әлеуметтік өлшемдерді қолдануды және түбі «ғаламдық денсаулық сақтау құқығын» түзуді талап етеді. Жалпы алғанда, денсаулық сақтау саласы мен мемлекет философиясын коммерцияландыру арқылы неолиберализацияның адамның денсаулық сақтаудағы негізгі құқығына төндіретін қаупі туралы көбірек айтылу керек.

Қазақстанның денсаулық сақтау және медициналық сатып алу саласын неолиберализациялау немесе онда неолиберал институттар құру, денсаулық сақтау жүйесінің жалпы коммерциялизациясы – қазірдің өзінде жүзеге асқан іс. Дегенмен адам құқықтары, заң философиясы, саясаттану мен экономикадағы көп зерттеуші талай жылдан бері айтып келе жатқан денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануының сұмдық кемшіліктерін COVID-19 пандемиясы ашып көрсетті.

Денсаулық сақтау саласы коммерцияланбау керек және тауарға айналдырылмауға тиіс, ал жекеменшік медициналық қызметтер секторы ақша төлей алатындар және ақша төлегісі келетіндер үшін ғана болуға тиіс. Алайда денсаулық сақтау жүйесі коммерциялана алады және коммерциялануы қажет деген көзқарасты қабыл алатын неолиберализм бұл философияны теріске шығарады. Неолиберализм, жалпы, әлеуметтік құқықтарға қауіп төндіреді. Ал әлеуметтік құқықтар жалпыға бірдей, бөліп-жаруға келмейтін және біреуін не екеуін алып тастауға болмайтын адам құқықтары тобының ажырамас бөлігі болып саналады. Бірақ бұл идеялар мен дискурстар Қазақстанда (әсіресе қазақ тілінде) әлі де әлсіз, оны қазақстандық БАҚ пен әлеуметтік медиаға жасаған сараптамамыз көрсетті.

Қазақстан қоғамы дәл осы терминдерді қолданбаса да, денсаулық сақтау жүйесінің неолибералдануын құптамайды, бұл жайт БАҚ-қа, соның ішінде әлеуметтік медиаға анализ жасағанда байқалды.

Адам құқықтары заңмен ғана реттеліп сақталмау керек. Адам құқықтары қоғамдық этика мен қоғамдық моральға «соның ішінде қоғамдық келісім, қоғамдық пікір мен жеке және ұжымдық тұлғалардың адам құқықтары нормаларын сіңіруіне жағдай жасау арқылы құқықты құрметтейтін этосты енгізуге» рух береді (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Салауатты қоғамның әлеуметтік этосының ортақ игілігі пандемия сияқты төтенше жағдайлар кезінде спекуляцияға ұшырамайды, денсаулық сақтау саласы табысты максимумге жеткізуді көздейтін қарапайым бизнес-сектор ретінде қарастырылмайды. Қазақстандағы интеллегенцияның кемшілігі денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануының кемшіліктері туралы байсалды дискуссия көтермегенінен байқалады. Квазимемлекеттік неолиберал институттар құрған шенеуніктер ғана емес, қазақстандық шығармашылық адамдарының көпшілігі және пікір лидерлері де сананың «коммерциялизациясының» провайдерлері іспетті, бірақ бұл тақырып осы мақала аясынан тыс.

Денсаулық сақтау құқығын қорғағанда алдымен адам құқықтары түсінігін көтеру туралы дискурс Қазақстанда, салыстырмалы түрде алғанда, әлсіз. Ең соңында айтарымыз, пандемияның Қазақстан қоғамына келтірген қиындығы туралы материалдардың көптігімен салыстырғанда,

«Денсаулық сақтау саласының коммерциялану мен жекешелендіру логикасы Қазақстандағы адам құқықтарына айтарлықтай қауіп төндіретіні туралы неліктен аз айтылғаны» кімді де болса таңғалдырар. Сондықтан неолиберализмге қатысты адам құқықтарына сүйенген либерал сын қалыптастыру қажеттігі бар. Денсаулық сақтау құқығын қорғаудың ажырамас бөлігі ортақ немесе қоғамдық игілік сияқты концепциялар Қазақстанда әлі де аз қолданылады, ортақ/қоғамдық игілік түсінігіне арқа сүйейтін дискурстар осал.

Бұдан кейінгі зерттеулерде «Қазіргі Қазақстанның мәдени этикасында сананың коммерциялануы қандай?», «Қазақстандағы медиа сананың коммерциялануын қалай талқылайды?» деген сұрақтарды сараптау керек.

Қазақстандық медиаға жасаған талдау 2020 жылғы карантин мен вирустың жаз айларындағы өршуі кезінде халықтың қиналу себептері мұқият зерттелгенін көрсетіп отыр. Бұл ізденіс тауар және медицина нарығындағы спекуляция, денсаулық сақтау институттарының нашар жұмыс істеуі, мемлекеттік қызметкерлердің халық алдында есеп беруінің әлсіздігі себептерін ашуға қатысты еді, бірақ көбіне осы күнге дейін әлеуметтік мемлекет неліктен қалыптаспаған, қоғам алдындағы жауапкершілік неліктен құлдыраған, қоғам мен мемлекет арасындағы қоғамдық келісім неліктен құрметке ие емес, денсаулық сақтау құқығы неліктен жақсы қорғалмайды деген сияқты сұрақтардың төңірегінде болды. Бұл сұрақтар мемлекет пен сананың коммерциялануын (екеуі де неолибералданудың бұлтартпас белгілері) сыни тұрғыда қайта бағалау жайында болды. Мен COVID-19 сабақтары, Қазақстан қоғамы мен саяси және интеллектуалды элитаның денсаулық сақтау саласы мен мемлекеттік функциялардың коммерциялануы тудыратын қатер және денсаулық сақтау құқығын қорғау үшін адам құқықтарының жалпыға бірдейлігі идеясының маңызы туралы мәліметін арттыра түседі деп үміттенемін. Қорыта келе, денсаулық сақтау құқығы, тегін (жоқ дегенде қолжетімді) және сапалы денсаулық сақтау жүйесіне ие болу құқығы, адам құқықтары философиясы және саяси философия деңгейінде қорғалу керек және медиа бұл дискурстарды қоғамға жеткізуге тиіс.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Абжекенова, Назгуль. (2018). Сколько платят казахстанцы за бесплатную медицину? 04.05.2018. <https://www.caravan.kz/gazeta/skolko-platyat-kazakhstancy-za-besplatnyuyu-medicinu-441297/>.
2. Алехова, Александра. (2020а), [интервью с Д.Ашимбаевым] «Как коронавирус изменил роль государства в Казахстане», 19.08.2020. <https://365info.kz/2020/08/kak-koronavirus-izmenil-rol-gosudarstva-v-kazahstane>. Также, <https://tobolinfo.kz/kak-koronavirus-izmenil-rol-gosudarstva-v-kazakhstan/>; <https://ia-centr.ru/publications/kak-koronavirus-izmenil-rol-gosudarstva-v-kazakhstan/>.
3. Алехова, Александра. (2020b). «Выход из кризиса займет от 2 до 5 лет, а пока надо потуже затянуть пояса — экономист», 24.08.2020. <https://365info.kz/2020/08/vyход-iz-krizisa-zajmet-ot-2-do-5-let-a-poka-nado-potuzhe-zatyanut-roysa-ekonomist>.
4. Алимов, Мадид. 2020. «Коронавирус: и медицина, и население Казахстана не выдержали экзамен?». 19.06.2020. <https://camonitor.kz/35155-koronavirus-i-medicina-i-naselenie-kazakhstan-ne-vyderzhali-ekzamen.html>.
5. Ашимбаев, Данияр. 2020. «Система слишком слаба, чтобы меняться». Ведомости Казахстана, 25.08.2020. <https://kazvedomosti.kz/article/daniyar-ashimbaev-sistema-slishkom-slaba-chtoby-menyatsya/>
6. Асылбек, Бағдат. 2020. «Диагноз: «разруха». Казахское здравоохранение и пандемия, Азаттық, 07.08.2020. <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-coronavirus-national-health-system/30768857.html>.
7. Баиров, Т. (2020). «Странный арест Шораева и временная отставка Молдагасимовой не случайны? Ehonews. 20.04.2020. <https://ehonews.kz/strannyj-arrest-shoraeva-i-vremennaya-otstavka-moldagasimovoj-ne-sluchajny/>
8. Байжунусов, Э. (2020), «Эффективность мировых систем здравоохранения в условиях пандемии». 11.05.2020. https://ratel.kz/raw/effektivnost-mirovyh-sistem-zdravookhraneniya_v_usloviyah_pandemii.
9. Бекболаева, Динара. (2020). «Кризис и бедность: как пандемия коронавируса повлияла на экономику Казахстана?». Bayge News, 14.05.2020. https://baigenews.kz/news/krizis_i_bednost_kak_pandemiya_koronavirusa_povliyala_na_ekonomiku_kazakhstan/
10. Воронин, Н. 2020. «Капитализм в Казахстане». Наша Газета (Костанай), 9.08.2020, <https://www.ng.kz/modules/news/article.php?storyid=39501>.
11. Ергешева, Мадина. 2020. «Взял курс на коммерциализацию»: Ашимбаев разнес в пух и прах госполитику РК по здравоохранению Newtimes, 25.06.2020, <https://newtimes.kz/obshchestvo/112575-vziat-kurs-na-kommertsializatsiyu-ashimbaev-raznes-v-pukh-i-prakh-gospolitiku-rk-po-zdravookhraneniuii>.
12. «Журналист с онкозаболеванием подала в суд на минздрав и «СК-Фармация». КазТАГ, 17.09.2020. <https://kaztag.kz/ru/news/zhurnalist-s-onkozabolevaniem-podala-v-sud-na-minzdrav-i-sk-farmatsiya>
13. Информбюро, 2020, «СК-Фармация» исключает возможность продажи в аптеках лекарств из гуманитарных грузов», July 09. <https://informburo.kz/novosti/sk-farmatsiya-isklyuchaet-vozmozhnost-prodazhi-v-aptekah-lekarstv-iz-gumanitarnyh-gruzov.html>.
14. Исабаева, Сауле. (2017), «Казахстанский капитализм: какой он?», 14.04.2017, <https://camonitor.kz/26643-kazhastanskiy-kapitalizm-kakoy-on.html>.
15. Касенов, А. 2020. «Редакцию КазТАГ попросили «убрать» материал о награждении сотрудников «СК-Фармация»», КазТАГ, 29.08.2020. <https://kaztag.kz/ru/news/redaktsiyu-kaztag-poprosili-ubrat-material-o-nagrazhdenii-sotrudnikov-sk-farmatsiya>.

16. КТК, 2020, «СК-Фармация» подозревается в продаже гуппомощи, начата проверка». <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/07/09/153393/>.
17. Логинова, Ольга (2020). «Траты на ковид: сколько было потрачено непосредственно на борьбу с пандемией в Казахстане. И почему эти затраты могли бы быть эффективнее. Власть. 09.07.2020. <https://vlast.kz/obshchestvo/40034-traty-na-kovid-skolko-bylo-potraceno-neposredstvenno-na-borbu-s-pandemiej-v-kazahstane.html>
18. Мазоренко, Дмитрий. (2020). «Миллиарды на ковид. Почему постсоветские страны с трудом справляются с коронавирусом? Причину стоит искать в постоянном недофинансировании медицинской сферы». Власть. 30.06.2020. <https://vlast.kz/jekonomika/40489-milliardy-na-kovid-pocemu-postsovetskie-srany-s-trudom-spravlautsa-s-koronavirusom.html>
19. Майская, Юлия (2020). «Между здравоохранением и «здравозахоронением», 25.08.2020. <https://ic24.kz/news/medgdu-zdravookhraneniem-i-zdravozakhoroneniem-u43412>.
20. Муканова, Ж. (2020). «Отсутствие лекарств не вредит онкобольному? Позиция Минздрава РК в суде с журналисткой». Newtimes, 06.11.2020 <https://newtimes.kz/ekslyuziv/119871-otsutstvie-lekarstv-ne-vredit-onkobolnomu-pozitsiia-minzdrava-rk-v-sude-s-zhurnalistkoi/amp>
21. Омарова, Айгуль. (2020). «Коронавирус бьет по капитализму и глобализации, укрепляя системы госуправления - эксперт», 21.04.2020. <https://www.caravan.kz/gazeta/koronavirus-bet-po-kapitalizmu-i-globalizacii-ukreplyaya-sistemy-gosupravleniya-ehkspert-630186/>
22. Сомжүрек, Жұма-Назар. 2010. «Социализмді сағынып жүрмін». 24.10.2010. <https://abai.kz/post/5232>.
23. Сугирбаева, Мерей. (2020). «Умеют ли наши власти работать в экстремальной ситуации?». Exclusive, 29.09.2020. <http://www.exclusive.kz/expertiza/obshchestvo/121103/>.
24. Afshari, Reza. (2001). *Human Rights in Iran. The Abuse of Cultural Relativism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
25. Cooley, Alex & Heathershaw, John. (2017). *Dictators without Borders: Power and Money in Central Asia*. New Haven: Yale University Press.
26. Constitution, the World Health Organization. <https://www.who.int/about/who-we-are/constitution>.
27. Cruft, R.; S. Liao & M. Renzo. (2015). «The Philosophical Foundations of Human Rights: An Overview». In *Philosophical Foundations of Human Rights*, edited by R. Cruft, S. M. Liao and M. Renzo, 1- 45. Oxford: Oxford University Press.
28. Dean, Jodi. (2006). «Political Theory and Cultural Studies.» In *Oxford Handbook of Political Theory*, edited by John S. Dryzek, Bonnie Honig, and Anne Phillips, 751-773. Oxford University Press.
29. Donnelly, Jack. (2006). «Human Rights». In *Oxford Handbook of Political Theory*, edited by John S. Dryzek, Bonnie Honig, and Anne Phillips, 601-621. Oxford University Press.
30. Dorfman, Avihay & Harel, Alon. (2015). «Against Privatization as Such!». Hebrew University of Jerusalem Legal Studies Research Paper Series No. 15-29.
31. Exclusive, «Президент признал, что сферу первичной медицинской санитарной помощи упустили», 25.09.2020, <http://www.exclusive.kz/expertiza/daily/121076/?dt=mp>.
32. Gostin, Lawrence & A.L. Taylor. (2008). «Global Health Law: A Definition and Grand Challenges,» *Public Health Ethics* 1, no. 1.
33. Heywood, Andrew. (2007). *Politics*. NY: Palgrave Macmillan.

34. Liao, M. and Etinson, A. (2012). «Political and Naturalistic Conceptions of Human Rights: A False Polemic?» *Journal of Moral Philosophy*, 9 (3).
35. Martela, F; B. Greve, B. Rothstein; J Saari. (2020). The Nordic Exceptionalism: What Explains Why the Nordic Countries Are Constantly Among the Happiest in the World, <https://worldhappiness.report/ed/2020/the-nordic-exceptionalism-what-explains-why-the-nordic-countries-are-constantly-among-the-happiest-in-the-world/>.
36. McCrudden, C. (2008). «Human Dignity and Judicial Interpretation of Human Rights», *The European Journal of International Law*, 19: 4, 655–724.
37. Moka-Mubelo, W. (2017). *Reconciling Law and Morality in Human Rights Discourse*. Dordrecht: Springer.
38. Nazpary, J. (2002). Post-Soviet Chaos Violence and Dispossession in Kazakhstan.
39. Rodriguez, J. P. (2020). *Resisting Neoliberal Capitalism in Chile: The Possibility of Social Critique*. Palgrave Macmillan.
40. Rudzite, Liga. (2018). «Theorizing the Managerialism-Neoliberalism-Development Nexus: Changing Donor Landscapes and Persistence of Practices in Kyrgyzstan.» In Theory and Practice. Formation and Main Features of National Ideologies in Post-Soviet Central. In *Theorizing Central Asian Politics*. Edited by Rico Isaacs and Alessandro Frigerio. Hampshire: Palgrave Macmillan.
41. Sayer, A. (2018). «Welfare and moral economy. Ethics and Social Welfare. 12(1): 20–33.
42. Sanghera, B. (2015). Unmasking Central Asia's neoliberal judges. OpenDemocracy. <https://www.opendemocracy.net/en/odr/unmasking-central-asias-neoliberal-judges/>
43. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2018). Economic development in Central Asia: neoliberal strategies and counter-hegemonic projects. In: Montgomery, David, ed. *Central Asia in Context: A Thematic Introduction to the Region*. University of Pittsburgh Press.
44. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2020a). «The other road to serfdom: The rise of the rentier class in post-Soviet economies»
45. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2020b). «Selling debt: Interrogating the moral claims of the financial elites in Central Asia.» *Capital & Class*, 1– 24.
46. Soy, A. (2020). «Coronavirus in Africa: Five reasons why Covid-19 has been less deadly than elsewhere,» BBC, October 7, <https://www.bbc.com/news/world-africa-54418613>
47. Springer, S.; Birch, K. & MacLeavy, J. (eds.) (2016). *The Handbook of Neoliberalism*. NY: Routledge.
48. Tasioulas, J., Vayena, E. (2016). The place of human rights and the common good in global health policy. *Theoretical Medicine and Bioethics*, 37, 365–382
49. Tomasky, M. (2020). «There's a Word for Why We Wear Masks, and Liberals Should Say It,» October 17, <https://www.nytimes.com/2020/10/17/opinion/covid-masks-freedom-democrats.html>.
50. The UN Guiding PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS AN INTRODUCTION, https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/Intro_Guiding_PrinciplesBusinessHR.pdf.
51. Tutumlu, Assel. (2018). «Governmentalization of the Kazakhstani State: Between Governmentality and Neopatrimonial Capitalism». In Theory and Practice. Formation and Main Features of National Ideologies in Post-Soviet Central. In *Theorizing Central Asian Politics*. Edited by Rico Isaacs and Alessandro Frigerio. Hampshire: Palgrave Macmillan.

52. UN Habitat 2003. The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements. New York: United Nations.
53. Zhussipbek, G. & Moldashev, K. (2018). «Rawlsian Liberalism and Rationalistic Maturidi Islam in Central Asia.» In Theory and Practice. Formation and Main Features of National Ideologies in Post-Soviet Central. In *Theorizing Central Asian Politics*. Edited by Rico Isaacs and Alessandro Frigerio. Hampshire: Palgrave Macmillan.
54. Waitzkin, H., and The Working Group on Health Beyond Capitalism. (2018). *Health Care Under the Knife: Moving Beyond Capitalism for Our Health*. New York: Monthly Review Press.
55. Whyte, Jessica. (2019). *The Morals of the Market: Human Rights and the Rise of Neoliberalism*. London: Verso Books.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ АҒЫЛШЫН ТІЛДІ БАҚ-ТАҒЫ COVID-19 ПАДЕМИЯСЫ ТУРАЛЫ МАТЕРИАЛДАР: МІНСІЗ ФАСАД ҚҰРУ МА, ӘЛДЕ ФАКТІГЕ СҮЙЕНУ МЕ?

Ильдар Даминов

Кіріспе

Ұлттық брендинг – кез келген үкіметтің жаһанданған әлемде өзін насихаттау немесе көбіне «ел имиджі» деп аталып жүрген бейнесін құру талпынысының бір бөлігі. Мұндай талпыныс әсіресе Қазақстан Республикасы сияқты аймақтық амбицияны көздейтін дамушы елдерге тән (Marat, 2009). Осы орайда ағылшын тілінде жоғары сапалы журналистика мен хабар таратуды жолға қою үлкен практикалық маңызы бар құралға айналды. Сонымен қатар ол елдің сыртқы коммуникациясына сенімді арттыру мен ел үкіметінің халықаралық аренадағы легитимдігін күшейтуге көмектеседі. Оңтүстік Корея, Германия, Жапония және Ұлыбритания сияқты елдер, мысалы, БАҚ арқылы тиімді сыртқы коммуникация жасау елдің позитив имиджіне әсер ететінін көрсеткен. Оған қоса, жоғары сапалы медиаматериал елдің репутациясын да арттырады, ал репутацияны нақты экономикалық пайдаға айналдыруға болады (Kalamova, 2010; Marat, 2009). Соған қарамастан, COVID-19 пандемиясы сияқты үлкен дағдарыс туралы тиімді және транспарент хабар тарату кез келген елдің, әсіресе ондағы басты медиаұйымдардың сыртқы коммуникациялық стратегиясы саналатыны маңызды.

COVID-19 туралы БАҚ материалдарына, әсіресе жалған ақпаратқа фокус жасаған зерттеу саны күн сайын артып жатса да, сыртқы коммуникация стратегиясы мен имидж проекциясы туралы зерттеулер жоқтың қасы.¹⁶ Бұл еңбек Қазақстандағы жағдайды қарастырып, осы ақтандақты жоюға үлес қосады. Еңбекте қолданылған ұстанымды сәл өзгертіп, өзге елдердің сыртқы коммуникация стратегиясын зерттеуге қолдануға болады (әсіресе басты немесе үкіметке жақындығы бар медиаұйымдарды зерттеуге).

Мақала қазақстандық ағылшын тілді БАҚ-тың COVID-19 пандемиясы туралы хабар таратуын (мысалы, хабар тарату әдістерін), олардың баяндауды қалай құрастырғанын және халықаралық аудиторияға

16 2020 жылдың қыркүйегіндегі ахуал бойынша, COVID-19 вирусына Қытайдың алғашқы реакциясы мен Бейжіңнің сыртқы коммуникация ұстанымына фокус жасаған бірқатар зерттеу бұл санатқа қосылмайтын жалғыз топ болса керек. Өзге еңбектер ішкі, елішілік материалдарды қарастырған. Қараңыз: Nwakpu E.S., Ezema V.O., & Ogbodo, J. N. (2020). Nigeria media framing of coronavirus pandemic and audience response. *Health promotion perspectives*, 10(3), 192–199. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.32> for Nigeria; Park H. W., Park S., Chong M. (2020). Conversations and Medical News Frames on Twitter: Infodemiological Study on COVID-19 in South Korea *J. Med. Internet Res.* 2020;22(5):e18897 DOI: 10.2196/18897 PMID: 32325426 PMCID: 7202309 for South Korea.

Қазақстанның имиджін қалай көрсетіп жүргенін қарастырады. Басты баяндарға қатысты мақаланың гипотезасы – қазақстандық БАҚ бұрыс хабар таратудың түрлі әдістерін қолдана отырып, халықаралық медиакеңістікте Қазақстан туралы түсінікті позитив бағытқа бұруға тырысты. Төмендегі әдебиетке шолу тармақшасында медианың мұндай әрекетті қалауының/таңдауының кейбір себептері жазылған.

Осы гипотезаны сынап, зерттеу сұрақтарына жауап беру үшін ағылшынтілді қазақстандық БАҚ-тың 15 маусымнан 15 тамызға дейінгі аралықтағы материалдарына егжей-тегжейлі контент талдау жасалады. Зерттеу нәтижелері мен қорытындысы қазақстандық БАҚ-тың жалпы сыртқы коммуникациядағы ұстанымы мен оның транспаренттігі және сенімге лайықтылығын жақсырақ түсінуге септеседі. Келесі сегментте зерттеуде қолданылған негізгі әдістер мен материалдар таныстырылады.

Әдістер мен материалдар

Зерттеу сұрағына жауап беріп, гипотезаны сынау үшін зерттеуде мына тәсілдер қолданылды: (i) үстел басындағы зерттеу/әдебиетке шолу; (ii) салыстырмалы контент-анализ; (iii) толықтырушы кейстер. Осы зерттеуде қолданылған негізгі әдіс салыстырмалы контент-анализ болса да, өзге екі әдіс оны толықтыруға және қазіргі медиатрендтерді аша түсуге қолданылады. Мысалы, үстел басындағы зерттеу/әдебиетке шолу әдісі имидж қалыптастыру мен ұлттық брендинг ұғымдарын түсіндіру және осы процестердегі БАҚ-тың рөлін (нақтылай айтқанда, режимнің легитимдігіне қатысты) түсіндіру үшін қолданылады. Контент-анализден шыққан нәтижені бекіте түсу үшін зерттеуде қазақстандық ағылшынтілді БАҚ қолданған белгілі бір мақалалардың мысал ретіндегі қысқа кейстері берілді. Төмендегі субсегменттерде осы әдістер жеке-жеке деталь түрінде берілген.

Әдебиетке шолу

Жасалған әдебиетке шолу мақсаты – Қазақстанның сыртқы коммуникация стратегиясы мен оның астарындағы БАҚ-тың басты мотивациясын талдауға қажетті маңызды бэкграунд мәліметті қамтамасыз ету. Сондықтан әдебиетке шолуда алдымен ел имиджі/ұлттық брендинг ұғымдарының теориялық анықтамалары берілді. Сонымен қатар онда бәсекелес авторитарлық режимдер БАҚ-тың белгілі бір месседж түрін қалай және неліктен тарататыны да түсіндірілді. Әдебиетке шолу нәтижелері «Нәтижелер мен дискуссия» сегментінде контент-анализ нәтижелерін толықтыруға қолданылады.

Ең алдымен, екеуі ұқсас көрінсе де, ел имиджі және ұлттық брендинг ұғымдарының аражігін ашып алу керек. Ел имиджі және ұлттық брендинг ұғымдарының қолданысқа енгеніне біраз уақыт болғанымен, олардың ғылыми теориясы бертінде ғана пайда болды. Гуманитарлық ғылымдарда үнемі дерлік кездесетіндей, екі ұғымның да барша ғалымдар мақұлдаған анықтамасы жоқ. Соған қарамастан, біршама зерттеуші «ел имиджі» ұғымының «ұлттық брендинг» ұғымынан бөлек екеніне қатысты байсалды дәлелдер келтірген (Cotirlea, 2020; Kerr & Wiseman, 2013; Kaneva, 2011). Жалпы алғанда, имидж «...нысанның жасанды келбеті, бірақ көбіне мекен немесе нысан репутациясы индикаторы ретінде көрінеді...» (Cotirlea,

2020). Сондықтан белгілі бір шамада оңтайласақ, бұл термин практикалық түрде ел репутациясы синонимі ретінде қолданылуы мүмкін (бұл да алдыңғы дерек көзінен).

Екінші жағынан алғанда, ұлттық брендингті «...халықаралық қатынастардағы беделін арттыру мақсатында елдерге корпоратив маркетинг концепциялары мен техникасын қолдану» (Kerr & Wiseman, 2013: 354) деп түсіндіруге болады. Бұл тұрғыдан алғанда, қос ұғым бір-бірімен байланысты, бірақ оларды бір-бірінің орнына қолдануға болмайды. Ұлттық брендинг елдің жалпылама имиджін жақсартуға бағытталған түрлі репутацияны жақсарту техникаларын қолдану процесін білдіреді. Дегенмен қазақстандық кей автор ұлттық брендингті тек әлеуметтік-экономикалық процесс ретінде түсіндіреді (Abdrahmanov, 2019), олар экономикалық национализм және саяси билік проекциясының классикалық реалистік дәстүрін ұстанатын сыңайлы (Studwell, 2013; Levi-Faur, 1997). Мысалы, Әбдірахмановтың пікірінше, ұлттық брендтер – трансұлттық корпорациялар (ТҰК) немесе, үлкенірек масштабта алғанда, әлеуметтік-экономикалық брендтер. Ондай көзқарас тұрғысында ұлттық брендинг экономикалық саясат пен отандық жеңімпаздарды (яғни ТҰК) баптауға және олардың елді халықаралық аренада көрсетуіне мүмкіндік беретін үкіметтің қорғаштау әрекеттерімен ғана шектеледі (Abdrahmanov, 2019: 179).

Дегенмен мұндай тар ұғымды ұстаным логикасы ХХІ ғасырдың жаһанданған әлемі үшін біраз ескіріп қалды. Қазір ел имиджі әлеуметтік-экономикалық ахуалымен ғана шектеліп қалмайды, мәдени және географиялық брендтері, саяси әлеуеті, гуманитарлық әрекеті мен өзге де көптеген қыры бар. Осы себепті қазір ұлттық брендинг жиырмасыншы ғасырдың екінші жартысындағы кезінен әлдеқайда күрделі. Стратегиялық тұрғыдан алғанда, ұлттық брендингтің әлгінде аталған меркантилдік ұстанымына ұлттық брендинг науқандарындағы БАҚ пен өзге де әлеуметтік-мәдени құралдар рөлін елемей тән. Ұлттық брендтерді ТҰК-тер емес, отандық және халықаралық медиаұйымдар арқасында өзге әрекет иелері мен тіпті құбылыстар қалыптастырған мысалдар өте көп (мысалы, Швеция мен Норвегия жағдайларында Нобель сыйлығы, КХДР жағдайында ядролық қару, Астана/Нұр-Сұлтан Қазақстанның қала бренді ретінде, т.с.с.).

Ел туралы басты баянды қалыптастырып, оның имиджін әлемге көрсететін БАҚ – ұлттық брендингтің басты құралы (Bolin & Ståhlberg, 2015; Fauve, 2015). Үкіметтің өзінің көзқарасын жеткізу, репутациясын жақсарту үшін және халықаралық сахнада қоғамдық дипломатияда жетістікке жету үшін (Jain & Winner, 2013; Zhang et al, 2017) қоғамдық халықаралық хабар таратушы компаниясын құрудың мысалдары жеткілікті (мысалы, Қатар – Al Jazeera, Германия – Deutsche Welle, Ұлыбритания – BBC, Франция – France 24). Орталық Азиядағы бірнеше үкімет, соның ішінде Қазақстан үкіметі «...халықаралық бірегейлікті құруға бағытталған науқан» құру және «...әлемге өз елін таныстыру» (Marat, 2009: 1123) арқылы ұлттық брендинг саласынан қалыспауға тырысып келеді. Қазақстан ұлттық брендингін халықаралық инвесторға ашық, бизнеске қолайлы жағдай жасалған заманауи ел имиджін құру мен Астананы (қазір Нұр-Сұлтан) басты халықаралық хаб ретінде (мәдени, экономикалық, қаржылық және дипломатиялық) дамытуғы талпынды.

Елдің позитив имиджі нақты экономикалық пайда, мысалы, шетелдік тікелей инвестицияның көп мөлшерін тартуға жол ашатынын көрсеткен

зерттеу көптігін ескерсек, бұл тосын жайт емес (Kalamova, 2010; Marat, 2009). Елдің позитив имиджі мен оның туристерге ұнамдылығы арасындағы тікелей корреляция да осы пікірді растай түседі (Marat, 2009). Практикалық тұрғыдан алғанда, екі фактор да мұнайға тәуелді Қазақстан экономикасын диверсификациялауға аса маңызды. Ең соңында айтарымыз, қазақстандық ұлттық брендинг – Қазақстанның саяси сахнасында әлі де маңызды рөл атқаратын Қазақстанның бірінші президентінің (Нұрсұлтан Назарбаев) жеке репутациялық жобасы (бұл да алдыңғы дерек көзінен). Үкіметтің 2010 жылы ЕҚЫҰ саммиті, 2011 жылы Азия қысқы ойындары, 2016 жылы ЕХРО көрмесі мен халықаралық аудиторияға бағытталған медианауқандарға астрономиялық мөлшердегі ақша жұмсауының себебі де – осы.

Елдің шет елдердегі абыройлы имиджін бекітуге бағытталған ағылшын тіліндегі позитив баспасөз материалдары осы талпыныстың үлкен бөлігін алады. Ілгеріде аталған медиастратегияның алғашқы бөлігі – ел имиджін ілгерілету үшін батыс елдеріндегі көрнекі медиаұйымдардан (мысалы, The New York Times, The Economist, Financial Times т.б.) жарнама мен мақала сатып алу. Контент-анализде талданған кезеңде де осындай мысалдар болса да,¹⁷ бұл талдау осы зерттеу жобасы шеңберінен тыс жатыр (бұл жайлы көбірек мәліметті Marat, 2009 еңбегінен қараңыз). Стратегияның екінші бөлігі – ағылшын тілінде сапалы контент шығару. Бұл енді (The New York Times газетінен жарнама сатып алумен салыстырғанда) әлдеқайда арзан және Қазақстанның шет елдегі имиджін күшейтуге кеңінен қолданылған тәсіл.¹⁸

Бұл зерттеу сипатталған стратегияның екінші бөлігі, яғни қазақстандық медиа шығарған ағылшынтілді контентке ғана фокус жасайды. Бұл контент қазақ не орыс тілінде сөйлемейтін барлық шетелдіктерге (соның ішінде Қазақстанда өмір сүретін экспаттарға) бағытталған, сондықтан оның ауқымы айрықша кең, бірақ кейде инвесторлар немесе халықаралық ұйымдар сияқты нақты топқа арналып жасалады.

Ағылшын тілінде мақала мен қысқа хабар жариялайтын қазақстандық БАҚ-қа нақты ақпарат ұсынуға қатысты сырттан қысым бар. Мұндай нақтылық кейіннен монетизацияланып, нақты әлеуметтік-экономикалық пайдаға айналдырылуы мүмкін. Мысалы, шетелдік инвесторға жұмыс істейтін зерттеу топтарына Қазақстан туралы ағылшын тіліндегі транспарентті, нақты және оңай қол жеткізуге болатын мәлімет керек. Бұл туристер мен қысқа мерзімге келуші шетелдіктерге де қатысты (әсіресе COVID-19 пандемиясы жағдайында). Бұл аудиторияларға берілетін ақпарат көпекөрнеу жалған болса, мұндай материал елге ұзақмерзімді репутациялық зиян келтіруі мүмкін. Осыны ескере отырып, кейбір қазақстандық БАҚ әлі күнге дейін Қазақстан туралы ақпаратты боямалап көрсетуге бейім (немесе солай істеуге мәжбүр) екенін естен шығармау керек. Олардың неге олай істеуі мүмкін екенін түсіну үшін Қазақстан сияқты бәсекелес авторитарлық (гибрид) режимдегі БАҚ рөлі мен қызметі туралы әдебиетті шолып шығу керек.

БАҚ-ты манипуляциялауды кез келген авторитарлық режим, соның ішінде гибриді режимдер режим тұрақтылығын сақтаудың маңызды құралы ретінде пайдаланатыны мәлім (Akhrarkhodjaeva, 2017; Strömberg

17 Мысалы, АҚШ-тағы басты консерватив басылым *Washington Times* газетінің мақаласын 26.06.2020 *The Astana Times* газетінің қайта басуын қараңыз.

18 Қалай болғанда да, бұл мақалада әдіс тиімділігі пысықталмады.

and Prat, 2013; Stockmann & Gallagher, 2011; Schatz, 2009). Мысалы, ел ішіндегі құралға айналған медиа көбіне пропаганда мен сайлау манипуляциясына қолданылады. Дегенмен медианың құралға айналуы режимнің сыртқы легитимизациясында маңызды рөл атқарады. (Fauve, 2015; Schatz, 2008). Бұл әсіресе әлеуметтік-экономикалық тұрғыдан тиімді авторитарлық режимдерге қатысты, олардың ел ішіндегі ахуалы тұрақты, бірақ әрдайым ынтымақтасуға қолайлы бола бермеуі мүмкін.

Қазақстан жағдайында үкімет 1991 жылдардан бері иландырудың барлық құралдары, соның ішінде басты коммуникация арналарын тиімді түрде монополизация жасап алды (Schatz, 2008; Jaffe, 2006). Медиаарналар арқылы Қазақстан өзін ашық, қарқынды дамушы және табысты ел ретінде көрсете алады, Фоувтың пікірінше, бұл – «режимнің авторитарлық сипатынан айтарлықтай алшақ имидж» (2015: 110–111). Ол сондықтан да ел ішіндегі және сырттағы әрекеттер «мемлекеттік ұлттық және ғаламдық деңгейдегі легитимдігін ілгерілету құралы ретінде қолданылады» деп атап көрсетті (бұл да алдыңғы дереккөзден). Шатцтың айтуынша, кез келген салмақты баламалы баян құрастыру (мысалы, Борат) үкіметке сыртқы коммуникация тұрғысында үлкен қиындық туғызуының себебі де дәл осы.

COVID-19 пандемиясы жағдайында қазақстандық БАҚ бір мезетте әртүрлі бірнеше баянмен бетпе-бет келді, олардың көбі өз сипатына қарай позитив бола алмайды. Пандемия мен оның әлеуметтік-экономикалық салдарын баспасөзде жазудың оларға кәдімгідей қиындық туғызуының себебі де – осы. Бір жағынан алғанда, отандық медиа пандемияның негатив әсерін жазуда құлашын кеңге сермей алмайды, себебі олардың негізгі функциясы – позитив сыртқы имидж бен режим легитимдігін күшейту.¹⁹ Екінші жағынан алғанда, сырттағы тиісті ойыншыларға дұрыс мәлімет, нақтылай айтқанда, COVID-19 пандемиясының елдің экономикалық жағдайына әсері туралы статистика беру керек. Мұндай ойыншылар тізімі туристермен және инвесторлармен ғана шектелмейді, оған өзге елдер үкіметтері, халықаралық ұйымдар мен тіпті жергілікті экспаттар кіреді. Өзге жайттармен қатар бояма статистиканы жариялау және біржақты материал басу инвестордың осы елге қатысты сенімінің айтарлықтай құлдырауына апарып соғуы мүмкін (Annamalah et al., 2019: 14–15), бұл Қазақстан элитасы үшін абсолютті қорқынышты жағдай болар еді.

Сондықтан осындай күрделі жағдайда қазақстандық ағышынтілді БАҚ қандай ұстаным ұстанғанын анықтау үшін медиаматериалдарға салыстырмалы контент-анализ жасалды.

Салыстырмалы контент-анализ

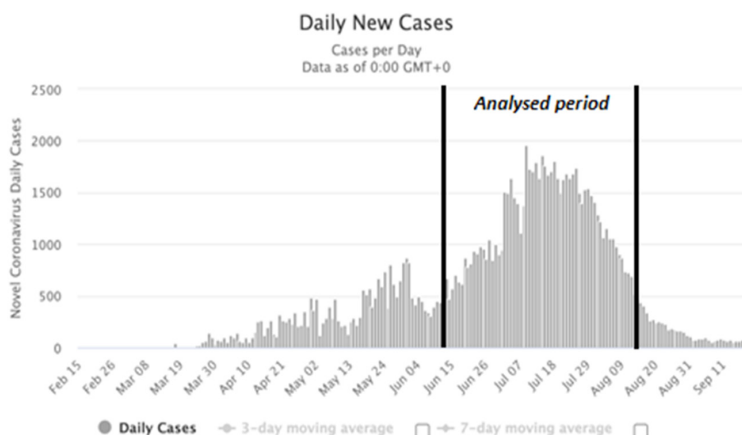
Ілгеріде жазылғандай, кіріспеде берілген гипотезаны сынау үшін қазақстандық ағылшынтілді басты үш медиаұйым (KazInform, Astana Times және Kazakhstan TV) материалдарына контент-анализ жасау көзделді. Белгілі бір тұстарда олардың материалдары Қазақстанда жұмыс істейтін халықаралық БАҚ ұйымдары (Azattyq, EurasiaNet) материалдарымен салыстырылды. Бұл үш медиа аудиторияны қамту критерийлері

19 «Шекарасыз тілшілер» ұйымының 2020 жылғы Әлемдік баспасөз бостандығы индексінде Қазақстан 154-орында тұр (барлығы 180 орын).

бойынша іріктелді, себебі олардың Google сайтында ізделуі бойынша,²⁰ олар – ағылшын тілінде Қазақстанға қатысты жаңалық өндіретін ең үлкен жаңалық генераторлары, KazInform мен KazakhTV («Хабар» беделді мемлекеттік жаңалық агенттігінің еншілес компаниясы) телеарнасының екеуін де Ақпарат министрлігі тікелей қадағалайды, ал The Astana Times газеті жекеменшік медиаұйым саналады (Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan, 2020). KazInform мен KazakhTV арнасының басты ерекшелігі – соңғысы өзін «халықаралық медиаагенттік» деп таныстырып, көбіне халықаралық жаңалықтарға фокус жасайды.

Зерттеуде 2020 жылдың 15 маусымы мен 15 тамызы аралығындағы кезеңге фокус жасалады, бұл, 2020 жылдың қазанындағы ахуал бойынша, COVID-19 пандемиясының Қазақстандағы ең өршіген кезі (төмендегі суретті қараңыз). Ол кезде көп медиа оны «екінші толқын» деп атады, себебі одан бұрын да елде COVID-19 жағдайлары орын алған еді (2020 жылдың мамыр айы).²¹ Мақалада да сол кезеңді атауға осы термин қолданылады (эпидемиологиялық ерекшеліктеріне мән берместен).

1-сызба. Анализге алынған кезең Қазақстандағы күнделікті анықталған ауруға жаңа шалдыққандар саны графикасында визуал түрде белгіленді.²²



Дереккөз: Worldometers (2020), Қазақстандағы 15.02.2020 мен 18.09.2020 аралығындағы күнделікті жаңадан анықталған COVID-19 вирусын жұқтырғандар саны; үкімет ұсынған ДСҰ мәліметі бойынша жасалған.

Бұдан бұрын жазылғандай, зерттеуде белгіленген кезеңде іріктелген қазақстандық медиалардағы барлық мақала мен қысқа хабар сарапталып, Қазақстанға фокус жасайтын шетелдік медиа материалдарымен салыстырылады. Контент-анализді тиімді жасау үшін зерттеуде іріктелген

20 «Kazakhstan new»/ «Kazakhstan»/ «Kazakh news» тіркестерін енгізгенде.

21 Мысалы, Regnum немесе Deutsche Welle сайттарын қараңыз.

22 Графика сөздері: Ауруға жаңадан шалдыққандар саны, Бір күнде анықталған науқас саны, Анализ жасалған кезең. Күнделікті сан, 3 күндік жылжымалы орташа сан, 7 күндік жылжымалы орташа сан. Тігінен: коронавирустың күнделікті жаңадан анықталған саны.

медиа-арнаы белгіленген кезеңде онлайн шығарған барлық материалдарға арнайы схема қолданылады (төмендегі 1-кестеде берілген). Схемалағы әр сүзгі категориясы әр медиа-арнаының өз веб-сайтында қандай контент жариялайтынын баян тұрғысынан (мысалы, позитив не негатив) ғана емес, қатыстылығы, тақырыбы, жарияланым түрі т.б. тұрғыда жақсырақ түсіну үшін қойылды.

Қазақстандық медианың сыртқы коммуникациясын екі перспектива тұрғысынан жақсырақ түсіну үшін схема жинақталған жарияланымдарды сүзгіден өткізеді. Біріншіден, сонда COVID-19 пандемиясы туралы ақпараттың медиада қандай баян аясында берілуінің жалпы ұстанымы көрінеді. Екіншіден, ол COVID-19 пандемиясына қатысты тақырыптардың дағдарыс кезінде қалай жазылғанын да ашып көрсетеді.

1-кесте. Салыстырмалы контент-анализ схемасы және оның басты сүзгілері

<i>Сүзгі</i>	<i>Сүзгі категориялары</i>
<i>Ішкі қатынастарға қатыстылығы</i>	- Ішкі, яғни Қазақстандағы жағдай туралы жаңалық. - Әлемдегі Қазақстан, яғни халықаралық контекстегі Қазақстан туралы жаңалық²³ - Шетелдік, яғни, шет ел жаңалықтары.
<i>Пандемияға қатыстылығы</i>	- COVID-19 пандемиясына қатысты. - COVID-19 пандемиясына қатысты емес.
<i>Қуалитатив контент</i>	- Позитив, яғни позитив даму/жақсы өзгерісті хабарлайды немесе оқиғаны позитив түрде көрсетеді (мысалы, COVID-19 вирусынан сауыққан адамдар үлесінің артуы); сонымен қатар фактілі оқиғаларды позитив сарында көрсету.²⁴ - Нейтрал, яғни қызылтілді қуалитатив баян жазылмайды, таза фактіге сүйенген хабарлау беріледі (мысалы, мемлекеттік қызметкердің бір аймаққа сапары туралы қысқа хабар). Әдетте контентте қандай да бір баға беру болмайды. - Негатив, яғни белгілі бір проблема немесе қоғамдағы негатив туралы репортаж (мысалы, COVID-19 вирусын жұқтырғандар санының күрт артуы); сонымен қатар фактілі оқиғаны негатив түрде беру.²⁵

23 Халықаралық контекстері Қазақстан туралы материалды білдіреді (мысалы, ҚР министрінің ресми сапар барысында өзге ел министрімен кездесуі). Бұл санатқа өзге елдер туралы шетел жаңалығы кірмейді (мысалы, АҚШ немесе Үндістанда болып жатқан оқиға туралы қазақстандық материал).

24 Арнайы маңызды сөздер, мұны да сыни сипаттағы арнайы маңызды сөздер позитив сын есім/зат есім қолданысы арқылы анықталады (мысалы, «Президент қорының жан-жақты қолдауының арқасында Республика астанасындағы жұмыс орындары саны тұрақты түрде өсті»).

25 Позитив меседж сияқты, мұны да сыни сипаттағы арнайы маңызды сөздер қолданысы арқылы табуға болады (мысалы, «коронавирус жұқтырғандар санының қатты өсуі салдарынан көршілес елдерде жастар жаппай жұмыссыз қалуда»).

Сүзгі	Сүзгі категориялары
Басты тақырып (COVID-19 пандемиясы туралы жарияланымдарға ғана қатысты)	Жарияланымға қарай қолданылады. Тақырыптар жеке категория ретінде құрылады (мысалы, COVID-19 вирусынан жазылғандар; COVID-19 вирусын жаңадан жұқтыру оқиғалары; COVID-19 пандемиясының экономикалық салдарын азайту шаралары; COVID-19 пандемиясының экономикаға әсері т.с.с.)
Нұсқау материал (COVID-19 пандемиясына қатысты материалдарға қатысты ғана қолданылады)	- Нұсқау, яғни COVID-19 пандемиясына қатысты үкімет саясатындағы басты өзгерістер туралы ақпарат береді. - Нұсқау емес, яғни нұсқаулық ақпарат бермейді (мысалы, қалыпты статистика немесе COVID-19 вирусымен күресуде шет елдермен ынтымақтасуға қатысты шаралар).
Жарияланым түрі	- Сараптамалық, яғни белгілі бір проблеманы көрсетеді де, оның себебіне үңіліп, ықтимал түсіндірмесін ұсынады. - Сипаттаушы, яғни өткен шара туралы репортаж, сараптама жоқ, мәлімет аз.

Дереккөз: автор.

Келесі сегментте жиналған мәліметтің негізгі нәтижелері беріледі (1-қосымшада бар). Отандық медиа қолданатын баянды халықаралық медиа баянымен салыстыруға айырықша фокус жасалады.

Кейстер

Салыстырмалы контент-анализ нәтижелері қазақстандық БАҚ-тың COVID-19 пандемиясы туралы баянының көлденең кесіндісін көрсетеді. Ал жекелеген жарияланымды кейс ретінде қарастыру қазақстандық медианың мұндай баянды қалай құрастыратыны, баяндаудың, хабарлаудың және коммуникация жасаудың қандай әдісін қолданатыны жайлы толықтырушы мәлімет береді. Зерттеуші түрлі медиаұйым материалдарына салыстырмалы контент-анализ жасау кезінде байқалған ең айқын трендтерді көрсету үшін бірнеше мақала мен қысқа хабарламаны тандап алды. Жекелеген кейстерге (яғни мақалалар) терең анализ жасалмайды, олар көбіне қазақстандық медианың хабарлау тәсіліндегі белгілі бір тренд не ерекшелікті айшықтап көрсетуге ғана қолданылады.

Нәтижелер мен дискуссия

Бұл сегментте жасалған контент-анализдің негізгі нәтижелері көрсетілген, сонымен қатар иллюстрация ретінде ілгеріде аталып өткен жекелеген кейстер (яғни мақалалар) сараптамасы да берілді. Барлық жарияланым мен оларға сілтеме және біраз орынды есептеулер көрсетілген мәлімет қоры мақалаға жеке қосымша ретінде жалғанады.

Талданған жарияланымдардың сан бойынша толық жіліктемесі төмендегі 2-кестеде. Зерттеу жобасы аясында 2515 жарияланым

сарапталды. Жарияланым санының үлкен теңсіздігі, KazInform материалдарының көптігі (1958) KazInform агенттігінің редакторлық саясатына байланысты орын алғанын атап өту керек. Бұл медиаұйым жарияланымдары санының өте көптігі, хабарламалардың қысқалығы мен өзге көздерді (мысалы, Yonhap, ANSA, TACC, WAM) қайта басуымен байланысты. Веб-сайттың ашылуы және трафик бойынша KazInform агенттігінің ең көп оқылатын ағылшын тіліндегі қазақстандық медиа²⁶ болуы – материал саны көптігінің бір себебі болар.

2-кесте. Сарапталған медиаұйымдардың түрі, ондағы жалпы жарияланым мен COVID-ке қатысты материалдарды жіктеу

Медиаұйым	Медиаұйым түрі	Ағылшын тіліндегі жарияланымдардың жалпы саны	COVID-19 пандемиясына қатысты жарияланымдар
% THE ASTANA TIMES	Отандық	162	65 (40%)
kazinform	Отандық	1958	977 (50%)
KAZAKH TV	Отандық	329	176 (53%)
Азаттық Радиясы	Шетелдік	39	26 (66%)
eurasianet	Шетелдік	26	13 (50%)
БАРЛЫҒЫ		2514	

Дереккөз: контент-анализ нәтижесі бойынша автор санаған.

Жоғарыдағы кестеден көрініп тұрғандай, COVID-ке қатысты жарияланым жиілігі тұрғысында барлық медиаұйым шамамен бір деңгейде, яғни пандемия туралы материал бүкіл мақалалардың 40–60% шамасында. COVID-ке қатысты жарияланымдар үлесінің мұншалықты көп болуы түсінікті де, себебі дәл сол кездері Қазақстанда COVID-19 вирусының тарауы өршіп тұрған еді.

Дегенмен алдағы 3-кесте көрсетіп тұрғандай, осы бес медиаұйымның COVID-19 ахуалына Қазақстанда немесе жергілікті аймақта (мысалы, Орталық Азия, Евразия Одағы) көңіл бөлуі ала-құла. Орталық Азияға, соның ішінде Қазақстанға фокус жасаған шетелдік медиаұйымдар материалдарының 100% COVID-19 туралы болды, қазақстандық медианың ерекшеліктері болды.

KazInform жайы айырықша қызықты, агенттік белгіленген кезеңде тақырыпқа сай жарияланымдардың абсолютті жоғары санын (977) басты, бұл өзге медиаұйымдар материалдарын қосқандағы саннан да көп (себебі агенттіктің жалпы материалдарының саны көп). Сөйте тұра, агенттіктік Қазақстандағы COVID-19 туралы материалдары саны – бес ұйым көрсеткіші ішіндегі ең азы, себебі ол өзге елдердегі COVID-19 туралы көп мақала жариялаған.

26 PR CY құралының 2020 жылғы қазанындағы есебі бойынша, KazInform сайтының жылдық көрілімі 79 920 000, шамамен 2 016 000 көрілімге ие. KazakhTV одан көш кейін жатыр, ал The Astana Time көрілімі 500 000. Мәлімет мына жерде: <https://a.pr-cy.ru/tools/traffic/>

3-кесте. Жалпы және COVID-19-ға қатысты жарияланымдарды медиаұйым бойынша жіктеу

	Қазақстандық БАҚ			Шетелдік БАҚ	
Медиаұйым					
COVID-19-ға қатысты жарияланым саны	65	977	176	26	13
Қазақстандағы немесе Қазақстан кіретін аймақтардағы ахуал туралы COVID-ке қатысты жарияланым саны	65	665	157	26	13
Үлесі	100%	68%	89%	100%	100%

Дереккөз: контент-анализ нәтижелері негізінде автор санаған.

Жалпы материалдар

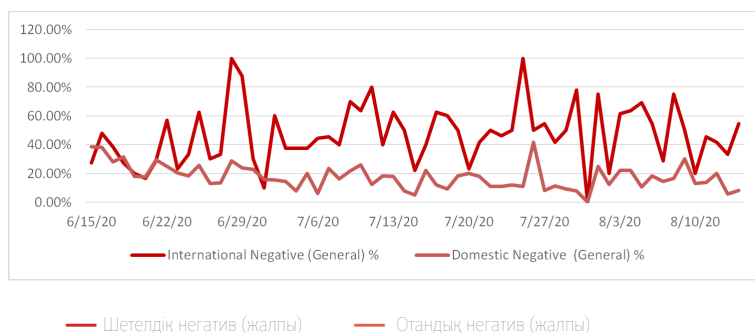
Бұдан бұрын айтылып өткендей, қазақстандық медиа Қазақстан қоғамындағы қайшылықты проблемаларды көтере бермейді, елдің БАҚ бостандығы индексында өте төменгі орында екені алдыңғы сегментте жазылды. Бұл медиа контент анализі нәтижелерінен жақсы көрінді (COVID-19-ға қатысты және қатысты емес жарияланымдардың екеуіне де квалитатив сүзгі қойылды). Жалпы алғанда, қазақстандық медиаматериалдардың 23% пайызы ғана негатив контент/месседж түріне жатады (мысалы, түрлі әлеуметтік проблемалар, олардың салдарын талқылау, ықтимал себебі мен алдын алуды талдау). Ал материалдары сарапталған шетелдік БАҚ-та бұл көрсеткіш 72 пайызды құрайды.

Бұл алшақтық нені білдіреді? Негатив месседжді контент үлесінің жоғары болуы әлгі медиа елдің халықаралық имиджін түсіргісі келеді дегенді білдірмейтінін атап өткен жөн. Қайта керісінше, түрлі әлеуметтік мәселелерді талқылайтын материалдар санының жоғары болуы – елдегі салауатты медиамәдениет белгісі. Яғни медиаұйымдар өз аудиториясына көбіне сараптама контентін ұсынып, олардан туындаған мәселені/проблеманы және оны шешудің жолдарын белсендірек талқылауға итермелеуге тырысады.

Әдебиетке шолу нәтижесіне сүйене отырып, қазақстандық медиадағы негатив месседжді контент үлесінің аз болуының бір себебі – медиаұйымның ішкі проблеманы халықаралық аудиторияға көрсетуді қалауы деуге болар еді. Оның орнына қазақстандық БАҚ-тың шет елдердегі проблемалар мен мәселелерге көп фокус жасауды жөн көретінін контент-анализ нәтижесі көрсетті. Шет елдердегі өзгерістер туралы негатив сарында жазу бүкіл сарапталған кезеңге тән тренд болғанын 2-сызбадан көруге болады. Ондағы мақсат оқырманның көңілін Қазақстандағы нақты проблемаларды (нақтылай айтқанда, COVID-19 дағдарысы контекстінде, келесі тақырыпшаны қараңыз) бағалаудан бұрып әкету болуы мүмкін. Мысалы, шетелдік медиада ішкі және халықаралық саяси проблемалардың (мысалы, Қазақстан-Қытай қарым-қатынасы, саяси

және азаматтық белсенділердің қамауға алынуы т.б.) екеуі де жазылады, бұл қазақстандық медиаға тән емес. Қалай болғанда да, қазақстандық БАҚ мұндай тақырыптарды елеусіз қалдырды (жалпы материалдарында да, COVID-19-ға қатысты материалдарында да), оның басты себебі бұл тақырыптардың саяси тұрғыда кілтпанды екенінде болса керек.

2-сызба. Қазақстандық БАҚ-тың (The Astana Times, KazakhTV, KazInform) ішкі және халықаралық ахуал туралы жалпы материалдарындағы негатив месседж үлестерін салыстыру



Дереккөз: автор контент-анализ нәтижесі бойынша есептеген (мәлімет жарияланым үлесі түрінде көрсетілген).

Жалпы материалдардағы көзге бірден түсетін тағы бір тренд – Сарапталған үш медиаұйымның үшеуінде де аналитикалық контенттің өте аз, шамамен 0,6% төңірегінде болуы (кейбірі тіпті әлгі агенттіктердің өз материалы емес, мысалы, Монғолияның MONTSAME агенттігінің «The rule of his lordship Coronavirus or COVID-19» (Жоғары мәртебелі коронавирус немесе COVID-19 билігі) мақаласын KazInform қайта басқан). Қазақстандық медиаұйым жарияланымның орташа көлемі (шамамен) 250–400 сөз. Ал шетелдік медиа көрсеткіштері бұл сандардан өзгеше. Шетелдік БАҚ-тың аналитикалық контенті 24% және жарияланымның орташа көлемі (шамамен) 500–700 сөз.

Ең соңында айтарымыз, сарапталған барлық медиаұйым ішінен қазақстандық медиада нейтрал контент үлесі салыстырмалы түрде жоғары болып шықты (30%, ал шетелдік медиада 18%). Контент-анализ негіздемесінде жазылғандай, мұндай нейтрал жарияланым саяси қызметке жаңа тағайындалу, түрлі мемлекеттік қызметкер кездесулері, жалпы күнделікті жаңалықтар жайында (мысалы, ауа райы болжамы, Қазақстанда болып жатқан басты оқиғалар). Әрине, мұндай жарияланым керек болғанымен де, оның үлесінің үлкендігі қазақстандық медиаұйымдардың қоғамдағы басты проблемаларды талқылауды қаламауының тағы бір индикаторы іспетті. Сипаттаушы «нейтрал» контентті тым көп шығару нәтижесінде қоғам проблемалары төңірегінде бос даңғаза қалыптасуы мүмкін.

COVID-19 туралы материалдар

Қазақстандық БАҚ-тың жалпы медиа материалдары ерекшеліктерін сипаттап шыққаннан кейін, енді қазақстандық медианың COVID-19

пандемиясы тақырыбындағы материалдарды қалай жазғаны сарапталады. Ол үшін таңдалған бес медиаұйымның COVID-ке қатысты барлық жарияланымдарына контент-анализ схемасы сүзгілері (1-кесте) қолданылады. Соның нәтижесінде бірнеше қызықты тренд, нақтылай айтқанда, материал паттерні мен медиада қалыптасқан баянға қатысты үрдістер айқындалды.

Біріншіден, төмендегі екі сызба анық көрсетіп тұрғандай, Қазақстандағы ахуалды хабарлауда қазақстандық және шетелдік медиаұйымдар ұстанымында өте айқын айырмашылық бар. Қазақстандық медианың пандемия туралы материалдары тым «оптимистік» көрінді, мұның дағдарыстың ең шиеленісті тұсы сарапталған кезеңде болғанын айта кету керек. Негатив месседж саны 28% ғана болса (жалпы материал тренді де осындай еді), шетелдік медианың мұндай көрсеткіші 67% болды. Бұл – қазақстандық БАҚ-тың пандемияға қатысты басты проблемаларды жасырып қалуға тырысуының бірінші индикаторы.

3-сызба. Қазақстандағы COVID-19 ахуалын хабарлаудағы қазақстандық (яғни The Astana Times, KazInform, KazakhTV) және шетелдік (яғни Азамттық пен EurasiaNet) БАҚ-тың квалитатив контент түрлері үлестері.



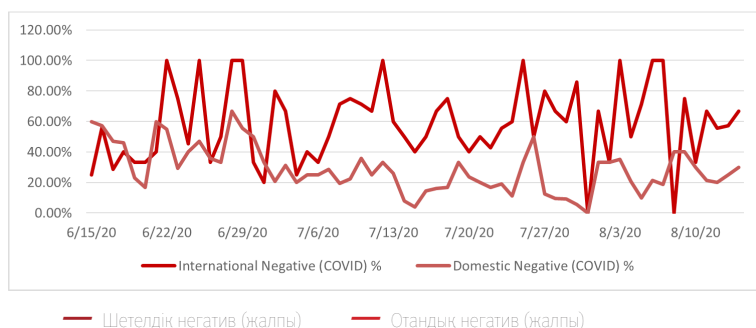
Дереккөз: автор контент-анализ нәтижелері бойынша есептеген.

Екіншіден, зерттеуде қазақстандық БАҚ COVID-19 дағдарысы туралы ішкі және сыртқы материалдарға әртүрлі стратегия қолдану ықтималдығы туралы гипотеза сыналды. Осы мақсатта COVID-19 туралы ішкі және сыртқы аудиторияларға арналған жарияланымдар айырмашылығын көру үшін қосымша сүзгілер қолданылды. Зерттеуші күткендей, бұл гипотезаны материал жарық көрген уақыт дәлелі растады. Белгіленген кезең бойы қазақстандық жарияланымдардағы шет елдердегі ахуал туралы материалдарды негатив месседж призмасынан талдасақ, шет елдердегі COVID-19 туралы негатив материал үлесі ішкі ахуалға қарағанда әлдеқайда күшті екенін жарияланым графигі көрсетті (4-сызбаны қараңыз). Іс жүзінде мұндай жайт бүкіл сараптама кезеңіне тән.

Бұдан да қызықты жайт бар. Қазақстандағы COVID-19 жұқтырғандар саны кульминациясына жеткен шілденің алғашқы жартысында қазақстандық БАҚ-тағы пандемияға қатысты ішкі проблема туралы хабарлама саны маусым айы соңындағы саннан аз болды. Алайда шет елдердегі ахуал туралы негатив материалдар маусым айының соңындағыдай күшті күйінде қалды. Мысалы, шілдеде Қазақстанда ауру жұқтырудың жаңа сандары туралы хабарламада үнемі Иран, Жапония

(нақтылай айтқанда, Токио), Италия мен АҚШ-тағы COVID-19 вирусының тез таралуы немесе одан қайтыс болғандар саны да жазылып отырды. Бұл елдердегі вирусты жаңа жұқтырғандар саны туралы хабарламаға қасақана ниет мотивация болды деуге дәлел жоқ болса да, қазақстандық медианың Қазақстанның іргелес көршісі немесе серіктесі емес, кездейсоқ таңдалған осы елдердегі COVID-19 ахуалына белсенді қызығушылық танытқаны біртүрлі күмәнді көрінеді. Жалпы алғанда, қазақстандық медиа өзге елдердегі ауруды жаңа жұқтырғандар санын ел ішіндегі ауруды жаңа жұқтырғандар саны сияқты белсенді хабарлап отырды (детальды мәліметті 4-кестеден табасыз).

4-сызба. Қазақстандық БАҚ-тың (The Astana Times, KazakhTV, KazInform) COVID-19-ға қатысты ішкі және ахуал туралы жарияланымдарындағы негатив месседж үлестерін салыстыру



Дереккөз: автор контент-анализ нәтижесі бойынша есептеген (мәлімет жарияланым үлесі түрінде көрсетілген).

Түрлі медиаұйымдардағы COVID-19-ға қатысты жарияланымдарды тақырып бойынша жіктеу контент-анализ барысында анықталған кейбір материал тақырыбына тән трендтерді жақсартуға көмектеседі. Төмендегі кестелерде (4-кесте және 5-кесте) қазақстандық және шетелдік медиаұйымдардың COVID-19-ға қатысты материалдарында ең жиі кездесетін 10 тақырып берілген.

4-кесте. Қазақстандық БАҚ-тағы COVID-19-ға қатысты материалдарда ең жиі кездескен тақырыптар жіктелімі (медиаұйым бойынша)

#	Материал тақырыбы	Kazakh TV	KazInform	The Astana Times	Барлығы
1	Пандемия салдарын азайту	30	139	12	181
2	Вирусты жаңа жұқтырғандар саны	30	108	-	138
3	Вирусты жаңа жұқтырғандар саны (сыртқы)	9	105	-	114
4	Жазылғандар саны	13	84	-	97

#	Материал тақырыбы	Kazakh TV	KazInform	The Astana Times	Барлығы
5	Үкімет шектеулері	8	71	9	88
6	Позитив әлеуметтік-экономикалық даму	15	27	12	54
7	Вакцина	4	42	1	47
8	COVID-19 вирусынан қайтыс болғандар	2	44	-	46
9	Пандемия салдарын азайту (сыртқы)	1	40	-	41
10	Негатив әлеуметтік-экономикалық ахуал (сыртқы)	7	30	-	37

Дереккөз: контент-анализ нәтижесі бойынша автор есептеген.

5-кесте. Шетелдік БАҚ-тың COVID-19-ға қатысты материалдарында Қазақстан туралы ең жиі кездескен тақырыптар жіктемесі (медиаұйым бойынша)

#	Материал тақырыбы	Eurasia Net	Азаттық радиосы	Барлығы
1	Негатив әлеуметтік-экономикалық ахуал	3	7	10
2	COVID-19 пандемиясын тоқтатуға қатысты кемшіліктер	5	3	8
3	Үкімет шектеулері	2	6	8
4	Позитив әлеуметтік-экономикалық даму	1	3	4
5	Жалған жаңалық	-	2	2
6	Жоғары лауазымды мемлекеттік қызметкердің вирус жұқтыруы	1	1	2
7	Негатив саяси ахуал	-	2	2
8	COVID-19 есте сақтау саясаты	1	-	1
9	COVID-19 вирусынан қайтыс болғандар	-	1	1
10	Ауруды жаңа жұқтырғандар саны	-	1	1

Дереккөз: контент-анализ нәтижесі бойынша автор есептеген.

Үшіншіден, біз қазақстандық БАҚ-тың жалпы материалдарындағы (яғни пандемияға қатысы жоқ материал) сияқты стратегия қолданғанын көрдік, яғни проблеманы мойындау керек кезде оның күрделілігін азайтып көрсетеді. Бірақ негатив мәселе (мысалы, COVID-19 пандемиясының жұмыссыздыққа әсері; статистика манипуляциясы; дағдарыстың қаржы жүйесіне тигізер салдары) туралы жазылды, алайда материал ауқымды болмады. Мысалы, KazInform «Gov't set to determine statistics on the

pandemic, Kazakh President» (Үкімет пандемия статистикасын анықтауға кірісті, Қазақстан президенті) деген ең қысқа жарияланымдарының бірінде статистиканың құбылтып көрсетілуі сияқты өзекті мәселені үстіртін айтып өтті: «Пандемия кезіндегі жағдайға байланысты барлық мәлімет қаншалықты көңілсіз болса да, ашық айтылуы керек. Транспаренттік пен өзара сенім көп болған сайын, бұл қиындықты соғұрлым тез жеңеміз, Қасым-Жомарт Тоқаевтың Twitter akkaунтынан алынды». Мақалада мәселені жеңілдетіп жазу проблемасы тікелей мойындалмаса да, ондайдың бар екені жалпылама меңзелді.

Сыртқы аудиторияға позитив, нақтылай айтқанда, экономиканың еңсесін көтеруі және Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық потенциалы туралы месседж жіберуге өте мықты фокус жасау трендімен біріксе, өте айқын нарратив болады, оны осы мақалада «мықты және орнықты үкімет» деп атадық. Осы орайда пандемия салдарын азайту тақырыбына (соның ішінде үкіметтің қаржы жүйесіне қолдау көрсету, жұмыссыздықты азайту, әлеуметтік жәрдемақы төлеу, қайырымдылық шараларын ұйымдастыру әрекеттері) қатысты мақала санының көптігі дәлел.

Баян басқару органдарының тиімділігін көрсетуге және жағдайдың қадағалауда екені туралы месседж жіберуге қызмет етеді. Ол сыртқы аудиторияның (соның ішінде инвесторлар, көршілес елдер үкіметтері мен халықаралық ұйымдар) үкіметке сенімін арттыруға тырысады. Бұған «WHO calls on countries to follow Kazakhstan's example» (ДСҰ елдерді Қазақстан мысалына еруге шақырады) деп аталатын мақала мысал. Менмұндалаған тақырыбына қарамастан, ДСҰ Еуропадағы аймақтық кеңсесінің аймақтық төтенше директоры мәлімдемесі мақалада жүрдім-бардым ғана берілді: «Доктор Нитцан ДСҰ-ның көмекші зертханаларында пневмония симптомы жоқ пациенттерді COVID-19 вирусына тексеруге келіскені үшін Қазақстанды мақтады, бұл, оның айтуынша, осындай жағдайдағы өзге елдерге рекомендация». Осыған ұқсас ұстанымды ДСҰ-ның Еуропалық аймақтық бюросы директоры Доктор Ханс Клуге немесе АҚШ президенті Дональд Трампқа сілтеме жасалған бірнеше өзге кейстен де байқауға болады.²⁷

Төртіншіден, көп түйткілді мәселені өңін айналдырып көрсету талпынысы тұрақты түрде орын алды. Барлық медиаұйым материалында айқын көрінбесе де, мұндай тәсіл кей медиаұйымның жекелеген тақырып туралы хабарлама жазуында байқалды. Мысалы, Қазақстанда COVID-19 жұқтырғандар саны ең жоғары көрсеткіште тұрған кезде, KazInform «COVID-19 сияқты пневмония» туралы материал шығара бастады, бұған үкіметтің COVID-19 және пневмонияны бөліп көрсету туралы нұсқауы түрткі болды.

Үкімет позициясын қазақстандық азаматтық қоғам ұйымдары қатты сынады, олардың пікірінше, үкімет ауру жұқтырғандар санын өрескел азайтып көрсетуге тырысуда. Қалай болғанда да, шетелдік БАҚ (яғни Азаттық пен EurasiaNet) бұл тақырыпты көтермесе де, KazInform қоғам нарызылығына қарамастан, «COVID-19 сияқты пневмония» туралы жаза берді. Тамыздың басында ДСҰ өз веб-сайтында Қазақстандағы «жұмбақ» пневмония жұқтырғандар саны мен COVID-19 вирусын жұқтырғандар

27 Мысалы, мынаны қараңыз: Kluge commends Kazakhstan for testing probable COVID-19 patients in WHO referral labs; Trump praises President Tokayev for rapid steps taken to combat COVID-19 in Kazakhstan

санын қосып, осы түйткілді шешіп жіберді (WHO, 2020). Осылайша COVID-19 жұқтырғандарды санаудың осы тәсілі арқылы БАҚ мемлекеттік қызметкерлерге ұнамсыз жоғары санды бір айға жуық уақыт азайтып көрсетіп келді. Ал бұл үкімет эпидемиологиялық жағдайды толықтай қадағалайды деген баянды күшейтеді.

Бесінші тренд – қазақстандық БАҚ-тың белгілі бір тақырыптарды мүлдем елеусіз қалдыруы. Бұл әсіресе саяси тұрғыда кілтпанды тақырыптарға қатысты (яғни белсенділердің үкіметті сынауы туралы материал, сыбайлас жемқорлық дау-дамайы, COVID-19 дағдарысымен нашар жұмыс жүргізу).

Сарапталған кезеңде Қазақстанда COVID-19 вирусын жұқтыру қаншалықты жылдам жүргенін ескерсек, шетелдік БАҚ-тың вирус таралуына қатысты түрлі қоғамдық проблемалар туралы белсенді түрде жазғаны таңданарлық жайт емес. Соның ішінде, мысалы, дәрі-дәрмек жетіспеушілігі, қоғамдық денсаулық сақтау саласындағы сыбайлас жемқорлық және пандемияның халыққа тигізер негатив әлеуметтік-экономикалық салдары.²⁸ Таңдалынып алынған қазақстандық БАҚ-та мұндай материалдың жоқтығын байқаған соң, олар оны қасақана көзге ілмейді немесе сыртқы әлемге ел ішіндегі ахуалды өзгертіп көрсетуге тырысады деуге болады. Жекелеген жарияланым кейстері – бұған тамаша мысал. Мысалы, Әлнұр Илияшевтің (саяси белсенді) қамауға алынуы – толықтай елеусіз қалған таза саяси сипаттағы оқиғаның жақсы мысалы бола алады.²⁹ Ә. Илияшевтің үкіметтің COVID-19-ға қатысты әрекетін әлеуметтік медида сынауынан туған дау-дамай мен содан кейін басталған сот отырысы туралы отандық медида үстіртін болса да айтылмады.

Тағы бір мысал – пандемия өршіп тұрғанда, 6-шілдеде Нұр-Сұлтан қаласындағы отшашудан туындаған дау-дамай. KazInform, The Astana Times пен KazakhTV бұл мәселені елеусіз қалдыра салса, оны шетелдік медиаұйымдар іліп әкетті. Астана күнін (және бейресми түрде бұрынғы президент Назарбаевтың 80 жасын) атап өтуі керек болған отшашуды EurasiaNet «Kazakhstan: Nur-Sultan revelry sparks ire as coronavirus crisis escalates» (Қазақстан: коронавирус дағдарысы өршігенде Нұрсұлтанның тойы ашу-ыза тудырды) деген мақаласында «оба кезіндегі той» деп атады.

Жалпы материалдардағы сияқты қоғамдық мәселені жанама түрде болсын айтып кеткен кез келген мақаланы өзге позитив және нейтрал (яғни пандемия салдарын азайту немесе позитив әлеуметтік-экономикалық дамуға қатысты) хабарламалар легі басып кетеді. 4-кестеден көрініп тұрғандай, ең жиі аталған проблемалы тақырып COVID-19 вирусын жаңа жұқтырғандардың күнделікті саны еді. Алайда мұндай материалда сараптамалық контент жоқ, өте қысқа хабарлама түрінде шығатын. Жалпы материал аясында мұндай тақырыптар бейтарап және позитив меседждер мұхитындағы тамшыдай ғана болып қалатынын естен шығармау керек.

Осыншалықты өрескел емес тағы бір жайт – қарастырылған барлық қазақстандық БАҚ-та нұсқаумен берілген материалдар бар. Яғни әлгі

28 Өзге мақалалармен қатар мынаны да қараңыз: Kazakhstan: Medical app mired in corruption scandal; 'No Beds, No Medicine, No Doctors': Coronavirus Leads To Shortages, Price Gouging In Central Asia; Kazakhstan: Grieving families count human cost of coronavirus.

29 Қараңыз: Kazakh Activist Convicted Of Criticizing Government's Coronavirus Response

медиаұйымдар үкіметтің жаңа шектеулерін (мысалы, бизнес жұмысы, ішкі және сыртқы саяхат, маска тағу, қоғамдық орындарда жиналуға қатысты ережелер т.б.) тұрақты түрде хабарлап отырды. Осындай тақырыпты қазақстандық медиа сарапталған 60 күндік кезеңнің 46 күнінде, яғни әрбір жұмыс күні жариялады. Мәліметтің бұлай жаңарып отыруы Қазақстанда тұрып жатқан экспат-қоғамдастыққа және елдегі компаниялармен серіктес болған немесе ел ішінде жұмыс істеп жатқан шетелдік компаниялар мен жеке тұлғаларға керек. Осы хабарламалардың кейбірі COVID-19 вирусын емдеуге қатысты жалған жаңалықтарды талдап, тиімсіз тәсілдерді әшкерелеп көрсетті (мысалы, KazakhTV эфиріне шыққан «Коронавирустың таңғажайып емі: маман ел арасында тарап кеткен аңыздарды әшкерелейді» атты репортаж). Осымен қатар ақпарат беретін мақалалар арасына кіріп кеткен контенті күмәнді мақалалар да болды. Мысалы, «Қазақстан инфекциямен күресу үшін дәстүрлі сусынға бет бұрды» атты репортажда қымыздың иммун жүйесін күшейтетіні айтылып, дәстүрлі сусын мақталып, жарнамаланды. Алайда мұнысы 2020 жылдың шілдесінде тиімді емі табылмаған вируспен күрес аясында біртүрлі ерсі көрінді.

Қорытынды

Бұл зерттеу жұмысы, жоғарыдағы сараптамаға сүйене отырып, гипотезаны растайды. Қазақстанда COVID-19 пандемиясының екінші толқынының (маусымның ортасынан тамыздың ортасына дейін) күшін бұрмалап көрсетіп, халықаралық медиакеністікте Қазақстан туралы позитив түсінік қалыптастыруға әрекет жасап отыр деген мәлімдемені растайтын ағылшынтілді мәлімет көп.

Олар елде әлеуметтік-экономикалық және эпидемиологиялық дағдарыс қатар өршіп тұрғанына қарамастан осындай қадамға барды. Осы орайда медиаұйымдар әртүрлі тәсілдерді қолдана отырып, екі негізгі баянды таратуға фокус жасады.

Біріншіден, дағдарыс күшін азайтып көрсетумен қатар, елдегі ахуал туралы позитив материалды көбірек беру арқылы қазақстандық БАҚ «мықты және тұрақты үкімет» баянын (яғни бәрін қадағалауда ұстайтын үкіметті) насихаттады. Ел ішінде БАҚ үкіметтің пандемиядан оңалу/пандемияның салдарын азайтуға бағытталған шараларына көп көңіл бөлді, олар әлгі шаралардың әсері мен тиімділігін сараламады. Оған қоса, қазақстандық БАҚ саяси тұрғыдан кілттипанды белгілі бір тақырыптар (мысалы, оппозиция белсенділерін қамау және соттау; қоғамдық денсаулық сақтау жүйесіндегі жемқорлық дау-дамайы) туралы шімірікпестен жалған ақпарат бергеннен гөрі, оны мүлдем елеусіз қалдыруға көшкен. Проблема әйгілі болып (мысалы, статистиканы бұрмалау), оны елеусіз қалдыру мүмкін болмаған кездері қазақстандық БАҚ ондай проблеманың барын айтты, бірақ оны өте қысқа көрсетіп, қайшылық деңгейін басып көрсетті. Басқа сөзбен айтқанда, отандық медиа ақпаратты бұрмалау тәсіліне көшті (мысалы, пандемия себебінен қоғамдық денсаулық сақтау жүйесі ұшыраған дағдарыстың күштілігін мойындаудың орнына әлдебір «COVID-19 сияқты пневмония» оқиғалары туралы хабарлау).

Екіншіден, ақпаратты бұрмалау әдісімен аралас қолданылған тағы бір баянды «ғаламдық дағдарыс» баяны деуге болады. Қазақстандық

БАҚ пандемияның негатив салдарының кей тұсын мойындаған кездері COVID-19 дағдарысының өзге елдерге де өте қатты әсер еткенін (бізге әсер еткенінен де қатты) баса айтып отырды. Сөйтіп, Жапония, Иран және АҚШ сияқты елдердегі адам өлімі мен ауру жұқтырғандар саны туралы материал көп берілді. Бұл баянды шет елдердегі COVID-19 пандемиясы жағдайын Қазақстандағы жағдаймен салыстырғанда негатив түрде көрсету нығайта түсті. Мұндай баян Қазақстан жағдайы жақсы болмаса да, өзге көп елдегі ахуалға ұқсас дегенді көрсету арқылы елдегі ахуалдың қиындығын жұмсартып көрсетуді көздейді.

Жарияланған контенттің барлық түрінің сапасына қатысты байқалған бір жайт – қазақстандық БАҚ жарияланымдарының өте үлкен мөлшері (99%) сараптама емес, сипаттау сипатында. Бұл алаңдатарлық жағдай болуы мүмкін. Бұл алаңдауды KazInform агенттігінің жарияланымдарының бір бөлігі қайта басылған өзге көздер материалы (үлестің нақты саны бұл зерттеу аясынан тыс) екені үдете түседі. COVID-19 шектеулеріне қатысты үкімет саясатын хабарлауға келгенде, қазақстандық БАҚ жақсы жұмыс атқарғанымен, ел ішіндегі пандемия себебі мен салдарын мүлдем талдай алмады. Жалпы алғанда, сарапталған үш медиаұйым материалдары сапасының алар асуы алда екені анық.

Әдебиетке шолу бөлімінде талданғандай, қазақстандық БАҚ-тың ішкі жаңалықты сыртқы әлемге бұрмалап көрсетуге мүдделі болуының бірнеше себебі бар болуы мүмкін. Ең ықтимал себебі – сыртқа шығатын месседждің куалитатив түрде позитив бағытқа бұрмалануы халықаралық аренада режим легитимдігі страгиясына (яғни авторитарлық режимдердің қоғамдық дипломатиясы) сай. Материалдарды бұлай берудегі медиаұйымдардың мотивациясы мен себебін әрі қарай талқылай беруге болғанымен, біржақты материал берудің түрлі әдістерін қолдану қазақстандық БАҚ-тағы үлкен проблема екенін осы сараптама анық көрсетті. Халықаралық бақылаушылар Қазақстандағы саяси оқиғалардың медиада біржақты немесе бұрмаланып берілуіне үйреніп кеткенімен, әлеуметтік-экономикалық дамуға қатысты нақты хабар тарату шетелдік инвесторлар, халықаралық ұйымдар мен өзге үкіметтер сенімін арттыруға аса қажет. Мәселеге жеткілікті назар аудармау, ақпаратты бұрмалау және шектен тыс позитив месседж жіберу сияқты бұлыңғыр әдістерді қолдану елдегі шынайы әлеуметтік-экономикалық ахуалды құбылтып көрсетеді де, қазақстандық басты медиаұйымдардың шет елдердегі азғантай абыройына нұқсан келтіреді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Abdrahmanov, Rahimbek. (2019). *Kak nacji stanovyatsya brendami?* [Как нации становятся брендами] / How do nations become brands? Alpina Publishing.
2. Akhrarkhodjaeva, Nozima. (2017). *The Instrumentalisation of Mass Media in Electoral Authoritarian Regimes: Evidence from Russia's Presidential Election Campaigns of 2000 and 2008* (Soviet and Post-Soviet Politics and Society), ibidem Press: Stuttgart, 2017; 280 pp.
3. Annamalah, Sanmugam et al. (2019). An Empirical Study on the Determinants of an Investor's Decision in Unit Trust Investment. *Economies* 2019, (7), 80, doi:10.3390/economies7030080.
4. Bolin, Goran, & Ståhlberg, Per. (2015). Mediating the Nation-State: Agency and the Media in Nation-Branding Campaigns. *International Journal of Communication*, 9, 3065-3083.
5. Boulding, Kenneth. E. (1959). National images and international systems. *Journal of Conflict Resolution*, 3(2), 120–131. <https://doi.org/10.1177/002200275900300204>
6. Cotirlea, Denisa. A. Country Image vs. Country Brand: Differences and Similarities. *Ecoforum*, 4(1), 2014.
7. Fauve, Adrien. (2015). Global Astana: nation branding as a legitimization tool for authoritarian regimes, *Central Asian Survey*, 34:1, 110-124, DOI: 10.1080/02634937.2015.1016799
8. Jaffe, Eugene. D. (2006). *National Image & Competitive Advantage: The Theory and Practice of Place Branding*. Copenhagen Business School Press.
9. Jain, R., & Winner, L. H. (2013). Country reputation and performance: The role of public relations and news media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 9(2), 109–123.
10. Kalamova, Margarita. (2010). Cool, ideenreich und sexy: wie das Image eines Landes Investitionsentscheidungen beeinflusst. *WZB-Mitteilungen*, 130, 31-32. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-309080>
11. Kaneva, Nadia. (2011), Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication* 5 (2011), 117–141.
12. Kerr, Pauline & Wiseman, Geoffrey. (2013). *Diplomacy in a Globalizing World: Theories and Practice*. New York: Oxford University Press.
13. Levi-Faur, David. (1997). Economic Nationalism: From Friedrich List to Robert Reich. *Review of International Studies*, 23(3), 359-370. Retrieved October 13, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/20097486>
14. Li, Xiaojun, & Chen, Dingding. (2020). Public opinion, international reputation, and audience costs in an authoritarian regime. *Conflict Management and Peace Science*. <https://doi.org/10.1177/0738894220906374>
15. Manheim, Jarol B., & Albritton, Robert. (1984). Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting. *The American Political Science Review*, 78(3), 641-657. doi:10.2307/1961834
16. Marat, Erica. (2009). Nation Branding in Central Asia: A New Campaign to Present Ideas about the State and the Nation. *Europe-Asia Studies* (61), 7, September 2009, 1123–1136.
17. Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan (2020), *Ministrliktiń qaramaǵındaǵı uymdardıń tizbesi* [Министрліктің қарамағындағы ұйымдардың тізбесі], <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/documents/details/42710?lang=kk>. Last accessed: 17.10.2020.
18. Prat, Andrea & Strömberg, D. (2013). The Political Economy of Mass Media. In D. Acemoglu, M. Arellano, & E. Dekel (Eds.), *Advances in Economics and Econometrics*:

- Tenth World Congress (Econometric Society Monographs, pp. 135-187). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9781139060028.004
19. Schatz, Edward. (2008). Transnational Image Making and Soft Authoritarian Kazakhstan. *Slavic Review*, 67(1), 50-62. doi:10.2307/27652766
 20. Schatz, Edward. (2009). The Soft Authoritarian Tool Kit: Agenda-Setting Power in Kazakhstan and Kyrgyzstan. *Comparative Politics*, 41(2), 203-222. Retrieved October 16, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/40599210>
 21. Stockmann, Daniella & Gallagher, Mary E. (2011). Remote Control: How the Media Sustain Authoritarian Rule in China. *Comparative Political Studies*, 44(4), 436-467. <https://doi.org/10.1177/0010414010394773>
 22. WHO (2020). Kazakhstan: Covid-19 INT, Country Profile. <https://covid19.who.int/region/euro/country/kz>. Last accessed: 17.10.2020.
 23. Worldometers (2020). Kazakhstan Coronavirus cases. <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/kazakhstan/>. Last accessed: 17.10.2020.
 24. Zhang, T. et al. (2017). Agenda-Building role of state-owned media around the world: 2014 Hong Kong protest case. *Journal of Public Relations Research*, 29(5), 238-254.
 25. Database of the articles analysed (15.06.2020-14.08.2020), Google Drive. https://drive.google.com/file/d/1vV-NtSXSegX8NLXNnSuZB08B!ToV5_2J/view?usp=sharing. Last accessed: 18.10.2020.

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ ҮКІМЕТ ӨТКІЗГЕН БРИФИНГТЕР КОНТЕКСІНДЕГІ 42 500 ТЕҢГЕ ДИСКУРСЫНДАҒЫ СӨЙЛЕУ ӘСЕРІНІҢ ПРАГМАТИКАЛЫҚ ЕРЕКШЕЛІГІ МЕН ЖЕТІСТІГІ

Анна Климченко

Кіріспе

2020 жылғы наурыздың орта тұсынан бастап, Қазақстан Республикасында халық қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатымен төтенше жағдай енгізілді. Карантин қоғам өмірінің қай саласына да, оның ішінде, еңбек нарығына кері әсер етті: шағын және орта бизнес субъектілері жұмысын тоқтатуға мәжбүр болып, жүздеген мың қазақстандық қаржылық қиындыққа тап болды. «Литер» қоғамдық-саяси газеті «үкімет енгізген карантин мен шектеулерден 800 мың кәсіпорынның зиян шеккенін жазған. 1,3 миллион компанияның 10%-ы банкрот шегінде тұр» (Мамырханова, 2020).

Президент Қасым-Жомарт Тоқаев 2020 жылғы 31 наурызда мәлімдеме жасап, халықты қолдау үшін төтенше жағдай кезінде табысынан айырылғандарға қосымша әлеуметтік төлем тағайындауды тапсырды. Әлеуметтік төлемнің сомасы ең төменгі еңбекақы көлемінде, яғни 42 500 теңге болып бекітілді. Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің мәліметі бойынша, осы әлеуметтік төлемді алуға 1 қыркүйекке дейін 2 млн 607 мың өтініш түскен. Басқаша айтсақ, тамыздың өзінде 42 500 теңге алуға әрбір жетінші қазақстандық өтініш берген. Соңғы жарты жылда халық арасындағы әңгіменің өзекті тақырыбы 42 500 теңге дискурсы болып отырғаны таңғаларлық емес.

Осы зерттеу жұмысымызда «42 500 теңге дискурсы» деп «Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы орталық коммуникация қызметі» ақпарат алаңында тұрақты түрде өткізілетін баспасөз конференцияларында министрлердің, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі өкілдерінің осы әлеуметтік төлемге қатысты талаптар мен ережелер туралы мәлімдемелеріндегі саяси дискурсты атаймыз. 42 500 теңге дискурсының құрылымдық бөлігі саяси дискурстың құрылымдық бөлігімен бірдей (бұл жайында мақаланың келесі бөлімінде егжей-тегжейлі баяндаймыз). Сондықтан 42 500 теңге дискурсының прагматикалық аспектілерін талдаған кезде саяси дискурстың бұрыннан белгілі лингвистикалық сипаттарына сүйенеміз.

Соңғы онжылдықта саяси дискурсты зерттеу мәселелері жөнінде көп жұмыс жүргізілген (Грачев, 2004; Паршина, 2007; Генералова, 2010; Кузьмина, 2011; Халатян, 2011; Семкин, 2012; Никифорова, 2014; Teravšević, 2014; Рюкова и Филимонова, 2016; Стригина и Лазарев, 2017; Звада, 2018). Осыған қарамастан, 42 500 теңге дискурсының лингвопрагматикалық ерекшелігі әлі де толық анықталған жоқ.

Осы зерттеу жұмысымыз Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі өкілдерінің Орталық коммуникация қызметінде өткізген брифингтері контексіндегі 42 500 теңге дискурсының прагматикалық ерекшеліктерін анықтауға арналған.

Семкин (2012: 95) «саяси дискурстың мақсаты – аудиторияда белгілі бір көзқарасты, пікірді, ұстанымды қалыптастыруға бағытталған әсер» деп тұжырымдайды. Осы ұстанымды төтенше жағдай кезіндегі үкімет өткізген брифингтерден де байқауға болады: ақпарат астарында қоғамда тыныштық атмосферасын орнықтыру әрекеті жатыр. Мемлекеттік билік органдарының өкілдері, бір жағынан, халықтың билік өкілдеріне деген сенімін бекіту үшін, екінші жағынан, ең кемінде, халықтың қоғамдағы көңіл-күйін бақылап отыру үшін және жаппай наразылықты алдын ала ескерту үшін халықпен қарым-қатынас деңгейін бағалап отыруға мүдделі болу керек. Бұл орайда мемлекет саясатының тиімді екені 42 500 теңге дискурсы арқылы көрсетіліп отыр. Қазақстандықтардың «Хабар 24» цифрлы ақпараттық телеарнасының Youtube-тегі арнасындағы брифингтер жазбасына жазылған пікірлерді талдау осы дискурстағы сөйлеу әсерінің қаншалық сәтті болғанын зерттеуге мүмкіндік берді.

Мақаламыз саяси дискурстың белгілерін сипаттаудан және оның 42 500 теңге дискурсымен байланысын негіздеуден басталады. Екінші бөлімде зерттеудің әдіснамасы баяндалады. Одан кейінгі бөлімде талдау нәтижелері көрсетіліп, 42 500 теңге дискурсының прагматикалық ерекшеліктері – адресанттың әсері мен перлокутив әсері сипатталған. Қорытындыда 42 500 теңге дискурсының осы зерттеу жұмысының барысында анықталған ерекшеліктері қысқаша сипатталған және ондағы сөйлеу әсерінің жетістігі туралы айтылған.

42 500 теңге дискурсы: анықтамасы және негізгі сипаттары

Алдымен, саяси коммуникация және саяси дискурс ұғымдарын анықтап алғанымыз жөн, себебі бұл жұмысымызда 42 500 теңге дискурсын дәл осы ұғымдармен бірлікте қарастырамыз.

Саяси коммуникация мен саяси дискурс өзара тығыз байланысты, дегенмен екеуінің түсіндірмесі айтарлықтай өзгеше. Шварценберг (1992: 174) саяси коммуникация деп «саяси жүйенің элементтері арасындағы, сондай-ақ саяси және әлеуметтік жүйелер арасындағы саяси ақпаратты жеткізу процесін» атаған. Ол саяси ақпарат алмасудағы бұл процесс барлық деңгейдегі индивидтер мен топтар арасында болатынын түсіндірген. Грачев те (2004: 288) саяси коммуникацияны «саясат саласындағы саяси субъектілердің өзара байланысын қоғамды тиімді саяси басқару шеңберінде қолдау және дамыту мақсатындағы ақпараттық ықпал мен өзара әрекет процесі» деп атаған. Ал Кузьмина саяси дискурсқа мынадай анықтама береді: «Саяси дискурс» дегеніміз – әлеуметтік шындықты саясаттың (ең алдымен, биліктің) басты терминдерімен түсіндіру тәсілі. Саяси дискурс – қандай да бір мәтін (ұғым, тұжырымдама) бойынша құрылған және саяси процеске қызмет ететін практикалық сөйлеу әрекетінің белгілі бір түрі» (2011: 55). Кузьминаның көзқарасы бойынша, саяси коммуникация саяси ақпараттың айналымы үшін қажет тікелей саяси дискурс арқылы жүзеге асады. Біз Никифороваға (2014: 39) сүйене отырып саяси дискурс пен саяси коммуникация тұжырымдамаларын бөлмейміз, саяси қарым-қатынасты әлеуметтік, мәдени, тарихи

алғышарттар, сөйлеу кезіндегі мән-жай және саясаткерлердің жеке басының ерекшеліктері сияқты экстралингвистикалық факторлармен бірге қараймыз.

Субъект-адресант қатынасына сүйеніп саяси коммуникацияның мынадай желілерін бөліп көрсетуге болады (Шейгал, 2000: 59-62): «институт-қоғам» желісі (Үкімет қаулысы, заң, үндеу, ұран, Президент жарлығы), «қоғам-институт» желісі (петиция, үндеу, ұнқағаз, сайлаушылардың үндеуі, митингідегі сөздер); «азамат-институт» желісі (азаматтардың саясаткерлер мен институттарға хаты, сайлауда дауыс беру); «институт-институт» желісі (жария коммуникация: келіссөз, саяси қайраткерлердің кездесуі, парламент талқылауы, премьер-министрдің Үкімет отырысындағы сөзі, партия бағдарламасы; ішкі коммуникация: қызметтік хат алмасу, кулуардағы пікір алмасу, жабық отырыс және т.б.). Саяси дискурсты жанрларға жіктеудің тағы бір жүйесі бар, онда жанрларды институттық осі бойынша, яғни барынша институттық жанрдан барынша бейресми жанрға орналастырады. Сөйлеушінің коммуникациялық ниетіне қарай тағы үш жанрға бөледі (Шейгал 2000): рәсімдік (инаугурациядағы сөз, мерейтойдағы сөз, дәстүрлі радиоүндеу), бағыттық (партия бағдарламасы, манифест, Конституция, Президенттің елдегі жағдай туралы жолдауы, есеп баяндамасы, жарлық, келісім) және агональ (лозунг, жарнама сөзі, сайлау алды дебаты, парламент дебаты).

Шейгалдың (2004: 34), Кузьминаның (2011: 55) және Семкинаның (2012: 95) еңбектеріне сүйенсек, саяси дискурстың негізгі қызметі адресаттың санасына «саяси дұрыс» көзқарас пен ұстанымды қалыптастыру мақсатында ықпал ету және адресатты белгілі бір реакция мен әрекетке ынталандыру. Сондай-ақ саяси дискурстың идеологиялық сипатын да атап өткен жөн (Степанов 1995; Генералова 2010). Коммуниканттар пайдаланатын тіл құралдары, стратегиялар мен тактикалар қоғамға басым идеологияны, мысалы, консерватизмді, либерализмді, фашизмді, анархизмді және т.б. сіңіруге бағытталған.

Сөйлеу әсерінің кең тараған түрлерінің бірі – манипуляция, яғни адресатты, саналы түрде емес немесе өз пікіріне қайшы келетін реакциясын көрсетуге мәжбүрлейтін жасырын ықпал. Сөйлеу манипуляциясы деп тілді пайдаланудың қандай да бір ерекшелігін мақсатты түрде қолдануды айтамыз (Радюк 2013: 181). Саяси дискурстағы сөйлеу тактикасы мен стратегиясы дәл осы негізде құрылады. Паршина (2007) саяси коммуникация процесіндегі стратегия мен оны жүзеге асырудың тактикаларын былайша жүйелеуді ұсынған:

1) Сендіру стратегиясы:

- үгіттеу стратегиясы: шақыру тактикасы мен уәде беру тактикасы;
- иллюстрация және салыстырмалы талдау тактикасының перспектива мен жүйелі бағасын көрсетудің негізінде жүзеге асатын аргументативтік стратегия;

2) Билікті сақтап қалу стратегиясы:

- адресаттың эмоциялық көңіл-күйін қалыптастыру стратегиясы: бірігу тактикасы, адресаттың эмоциясы мен құндылығын ескеру;
- қиындықтың бар екенін мойындау, жағымды ақпаратқа екпін беру,

түсіндіру, пікір білдіру тактикасы, сондай-ақ қиындыққа жаңа көзқараспен қарау және оны шешудің жолын көрсету түріндегі ақпараттық-түсіндірме стратегиясы;

3) Билік үшін күрес стратегиясы:

- сынау, даулау және ақталу тактикаларының негізінде қалыптасатын өзін-өзі қорғау стратегиясы;
- манипулятив стратегия: манипулятив тактикалар және демагогикалық әдістер;
- шабуылдау мен дискредитация стратегиялары тіл тигізу мен айыптау тактикаларында көрініс тапқан;

4) Наразылық білдіру, ниеттесу, теңестіру тактикаларының көмегімен жүзеге асатын өзін-өзі көрсету стратегиясы.

Сөз әсері діттеген мақсатына жету үшін адресант саяси дискурста бағалау сөзін, сұрақ-жауап конструкциясын, риторикалық сұрақтарды, «біз» есімдігін, негатив коннотациялы және эвфемистикалық лексиканы, келер шақ конструкциясын, бұйрық рай, жеке емес конструкция, редупликация тәсілін, салыстыру, синтаксистік параллелизм, қарсы қою, түсіндіру, метафора, метонимия, синекдоха, эпитет, кекесін, кейіптеу сияқты әртүрлі тіл құралдарын қолданады (Семкин, 2012; Teravčević, 2014; Рюкова и Филимонова, 2016; Стригина и Лазарев, 2017; Звада, 2018). Сонымен қатар Звада айтып өткендей (2018: 25), «кез келген прецедент құбылыс әдейі ашық түрде қолданылады және адресатқа әсер ету үшін (яғни манипуляциялау) үшін ойлап табылады».

Жоғарыда айтылғандардың бәрін ескере отырып, 42 500 теңге дискурсын саяси дискурсқа жатқызу негізсіз деп санаймыз. Алдымен, Шейгалдың (2004: 18-32) саяси дискурсқа саясат саласындағы мынадай үш түрлі құрамдас бөліктің кемінде біреуіне ие қатынас формасы жатады дегенінен бастайық: субъект, адресат немесе хабарламаның мазмұны. Осы орайда біз талдап отырған дискурс осы үш критерийдің екеуіне сай келеді: Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі баспасөз конференциясында институттық билік өкілдері (саясатқа қатысы бар субъектілер) мен Қазақстан халқының арасында саяси ақпарат алмасады. Сондай-ақ баспасөз конференциясындағы мәлімдеменің мәні мемлекеттік билік органдарының коронавирус індетінің ел экономикасына тигізген салдарын жою жолындағы жұмысы екенін байқау да қиын емес. Басқаша айтқанда, 42 500 теңге саяси дискурсы елдегі маңызды саяси жағдаймен байланысты қарастырылып отыр. Оның үстіне, саяси дискурс манипуляциямен тығыз байланысты екенін және біз талдау жасап отырған саяси коммуникация қазақстандықтардың санасында ерекше идеологиялық ұстанымды қалыптастыруға бағытталғанын да атап өткен жөн. Мұның идеологиялық мәнін сөйлеу әсерінің мақсаты – билік пен халық арасындағы қатынасты қолдау мен жақсарту екенінен көріп отырмыз. 42 500 теңге дискурсының мақсаты – азаматтарды мемлекет халыққа қамқор болып отырғанына және мұқтаждарға қаржылай көмек көрсететініне сендіру арқылы қоғамда тыныштық пен сенім атмосферасын қалыптастыру.

Дегенмен осы зерттеу жұмысымыздағы 42 500 теңге дискурсы бұдан да кеңірек 42 500 теңге дискурсы ұғымының «ерекше түрі» болып саналады.

Себебі бұл дискурс Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің баспасөз конференциясы аясында субъект-адресат қатынасымен, атап айтқанда, «институт-қоғам» саяси коммуникациясымен ерекшеленеді. Зерттеу жұмысымыздағы 42 500 дискурсы дегеніміз – Министрлік өкілдерінің Қазақстан қоғамына төлем алу туралы және биліктің көмек көрсету уәдесі туралы тікелей айтқан мәліметтерінің, жария мәлімдеме актілерінің, солардан туындаған эмоциялық әсерін қоса алғандағы жиынтығы. Саяси контекстің басқа желілерін (мысалы, әлеуметтік төлем туралы ақпаратты бұқаралық ақпарат құралдары арқылы тарату) осы контексте қарау, тұтастай алғанда, «42 500 теңге дискурсы» ұғымы мәнінің толық екенін көрсетеді. 42 500 теңге дискурсы ұғымын анықтап алсақ, енді зерттеудің әдіснамасы бөліміне тоқталайық.

Зерттеудің әдіснамасы

Бұл жұмыстың мақсаты 42 500 теңге саяси дискурсы тілінің прагматикалық ерекшелігін анықтау және осы дискурстағы сөйлеу әсерінің тиімділігін зерттеу болып отыр. Зерттеу жұмысындағы мәліметтер қазақстандық «Хабар 24» цифрлы ақпараттық телеарнасының Youtube-тегі арнасынан алынған, себебі осы арнаға Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі өкілдерінің брифингтеріндегі видеожазбалардың бәрі салынған.

Мәліметті талдауға табысынан айырылған жағдайда 42 500 теңге көлеміндегі әлеуметтік төлем туралы әңгіме болған баспасөз конференцияларының жазбалары, сондай-ақ Youtube пайдаланушыларының осы жазбаларға жазған пікірлері қолданылды. Жалпы, 2020 жылдың 1 сәуірінен 18 тамызына дейін өткізілген, ұзақтығы жарты сағаттан бір жарым сағатқа дейінгі жеті брифингтің мәтіндеріне, сондай-ақ 478 пікірге талдау жүргізілді.

Зерттеуде коммуникативтік-прагматикалық талдау әдісі пайдаланылды.³⁰ Ол үшін осы жұмыстың теориялық және әдіснамалық негізі ретінде Остиннің сөйлеу актілері жөніндегі (1986) және

30 «Прагматика» терминін XX ғасырдың 30-жылдарының соңында америка ғалымы Чарльз Моррис лингвистикалық прагматиканы белгілердің жалпы теориясында негізгі үш элементтің бірі ретінде көрсеткен кезде енгізген. Бұл теорияға сәйкес, прагматика дегеніміз – семиотиканың белгі мен белгі жүйесін пайдаланушының арасындағы қарым-қатынасын көрсететін бөлімі. Прагматиканың лингвистикалық зерттеулердің жеке бөлімі ретінде қалыптасуына және әрі қарай дамуына Грайс (Прагматические теории значения, 1975), Линский, Стросон (Прагматические теории референции, 1964), әсіресе Остин (1986), Серл (1976), Вендлер (1967) сияқты ғалымдардың сөйлеу актісі теорияларына қатысты еңбектері себеп болған. Прагматикалық дискурс-талдау деп нақты мәтінге жасалған талдауды ғана емес, сонымен қатар мәтіннің сөйлеу жағдайының қарым-қатынас жағдайын білу, әлемдегі жағдайды білу, сөйлеушінің мәтінді құрастырушы ретіндегі пікірі мен ниеті сияқты құрамдас бөліктері ретіндегі экстралингвистикалық факторлардан туындайтын көрінісін де талдауды айтамыз. Дискурсты талдау коммуникацияның дискурсы мен мақсатын зерттейтін мектептерде (Бирмингем мектебі, конвесацион талдау мен сөйлеу актілері мектебі, т.б.) коммуникация мен дискурс ұғымдарын қалай түсіндіретініне байланысты құбылып және өзгеріп отырады. Прагматикалық коммуникация ұғымының негізінде коммуникативтік контексте тілге қатысты социолингвистикалық ережелер жиынтығы жатыр.

Криворучконың сөйлеу әсері жөніндегі (2014) еңбектерінде аталған теориялық нормаларға сүйендік.

Сөйлеу актісі теориясы бойынша, коммуникативтік актіге үштараптық ұйымдасу тән. Остиннің (1986) пікірінше, әрбір сөйлеу актісі шартты түрде мынадай деңгейлерге бөлінеді:

- локутив акт (пайдаланылатын тіл құралы тұрғысынан);
- иллокутив акт (сөйлеу актісінің белгілі бір контексіндегі мақсаты тұрғысынан);
- перлокутив акт (адресаттың реакциясы тұрғысынан).

Бұл біздің сөйлеу актісіне қай тұрғыдан қарайтынымызды көрсетіп отыр: сөйлеу ретінде, адресанттың белгілі бір мақсатқа жету құралы ретінде немесе адресатқа белгілі бір ықпал жасау құралы ретінде. Сонымен қатар прагматика сөйлеудің адресанты мен адресаты арасындағы коммуникатив жағдайларда туындайтын көп мәселені қамтиды (Минина и Васильева, 2011). Сөйлеу пәні тұрғысынан алсақ, прагматика сөйлеудің айқын және жасырын мақсатын (Остин бойынша «иллокутив күшін»); сөйлеудегі жүріс-тұрыстың типін және сөйлеу тактикасын; сөйлеудің прагматикалық мағынасын (астарын); сөйлеушінің өзі айтып тұрған нәрсеге көзқарасын зерттейді. Сөйлеудің адресаты туралы айтар болсақ, прагматика сөйлеудің интерпретациясын, оның ішінде, сөйлеудің анық емес мағынасының контексін, прагматикалық жағдайды, пресуппозиция мен сөйлеушінің ниетін міндетті түрде ескере отырып анықтау нормасын, хабарламаның адресатқа эмоция, пікір, әрекет, хабардар ету, эстетикалық әсер және т.б. тұрғыдан әсерін (Остин бойынша «перлокутивті әсер») қарастырады. Қарым-қатынасқа түсушілер арасындағы байланыс тұрғысынан алсақ, қарым-қатынастың формасын (достық әңгіме, дау, ұрыс-керіс және т.б.); сөйлеудің әлеуметтік-этикалық аспектісін (жүгіну формасы, қарым-қатынас стилі), коммуниканттардың әртүрлі сөйлеу актілерінің өзара байланысы сияқты аспектілерін зерттейді. Прагматика, бұған қоса, сөйлеу жағдайындағы қарым-қатынастың тақырыбы мен формасын қарастырады.

Серль иллокутив актілердің арасынан ассертивтерді, комиссивтерді, директивтерді, экспрессивтерді, декларативтерді бөліп көрсеткен (Searle, 1976). Ассертивтер – айтылған хабарламаның шын екеніне сөйлеушіні сендіруге бағытталған сөйлеу. Комиссивтер – тыңдаушыдан гөрі сөйлеушіні қандай да бір әрекетті жасауға міндеттеу мақсатындағы иллокутив актілер. Бұл санатқа ант пен уәде жатады. Директивтердің иллокутивтігі сөйлеушінің тыңдаушыны белгілі бір әрекетті істеуге мәжбүрлеу талпынысында жатыр. Экспрессивтер – адресаттың бойындағы қандай да бір сезімді ояту мақсатындағы сөйлеу актісі. Декларативтердің мәні пропозиционалдық мазмұн мен шындықтың бір-біріне сәйкестігін анықтауында жатыр. Әлеуметтік шындық тіл арқылы жасалатынына дәл осы декларатив мысал бола алады (Рябинская, 2002).

Перлокутив әсерді дискурстың семантикалық, лексикалық, грамматикалық және синтаксистік тіл құралдары арқылы тудыруға болады. Криворучко сөйлеу әсерінің осы аталған жүйесіне сүйене отырып (2014: 54), перлокутив әсерлерді қасақана (жоспарланған) және әдейі емес (жоспарланбаған) деп бөледі. Перлокутив актінің қаншалықты сәтті болғаны реципиенттің адресант мақсатына реакциясының қандай

болғанына қарап анықталады. Перлокутив сәтсіздік деп сөйлеу әсерінің мақсаты мен нәтижесі арасының алшақ болуын атаймыз. Ал сөйлеушінің мақсатынан алшақ болған және жоспарланбаған, күтпеген реакцияны перлокутив нәтиже деп атаймыз. Перлокутив салдардың тағы бір атауы – перлокутив ынталандыру: «сөйлеуші жоспарламаған, бірақ адресаттың бойында туындаған ой, сезім және реакция» (Криворучко, 2014: 55).

Жоғарыда аталған теориялық негіздерді қолдана отырып 42 500 теңге дискурсының кей ерекшелігін анықтадық. Сонымен қатар сөйлеу әсері жүйесіне сүйеніп 42 500 теңге дискурсын құрап отырған сөйлеу актілерінің тиімділігін бағалау үшін Үкімет брифингтеріндегі билік өкілдерінің сөйлеген сөздерін тыңдаған Қазақстан азаматтарының пікірлерін перлокутив актінің перлокутив әсерге сәйкес болуы тұрғысынан брифингтің өз дискурсымен салыстырып шығуға мүмкіндік туды.

Нәтижесі және пайым

Сөйлеу актілері теориясын 42 500 теңге әлеуметтік төлеммен байланысты саяси дискурсқа қолдансақ, онда саяси коммуникацияның сөйлеу актісінің үш параметрін бөліп көрсетуге болады. Бірінші параметрі – сөйлеу актісінде қолданылатын тіл құралы бойынша сипаттайтын локутив акті. Локутив параметр тұрғысынан алсақ, акт вербальды сөйлеу арқылы жасалды. Екінші параметр – сөйлеу актісін адресаттың мақсаты бойынша сипаттайтын иллюкутив акті. Бұл саяси коммуникацияда иллюкутив күш ретінде, басқаша айтсақ, дискурстағы сендіру күші ретінде көрініс табады. Өз кезегінде иллюкутив параметр екі компоненттен тұрады: саяси хабарламаның ақпараттық қырынан (өтінім беруге құқылы азаматтардың санаттарын көрсететін ақпаратты беру; төлем нұсқаулығы) және реципиентті мемлекеттің халыққа қамқорлық танытатынына, сондай-ақ төтенше жағдай кезінде табысынан айырылған азаматтарға қаржылай қолдау көрсетуге міндеттенетініне сендіретін аргумент компонентінен тұрады. Осылайша Үкімет мүшелерінің саяси хабарламалары ақпараттық-сендіру сипатында болады. Сендіру сөйлеу актілерінің ақпараттандырушы сипатының астарында жасырынып тұрады. Біз талдап отырған дискурста иллюкутив актілердің комиссивтер (мемлекеттің халыққа көмек көрсететініне сендіретіні) және экспрессивтер (мемлекеттің халыққа тыныштық пен тұрақтылық сезімін тудыратыны) сияқты түрлерін бөліп көрсетуге болады. Осылайша сөйлеу актісінің адресатқа әсері перлокутив әсер деп аталатын үшінші параметрмен сипатталады. Бұл параметр иллюкутив актінің нәтижесіне, тыңдаушының реакциясына байланысты болады. Халықты мемлекеттің әлеуметтік көмек көрсететініне сендіру арқылы халық арасында үрей тууына жол бермеумен қатар азаматтардың мемлекет қамқорлығын, қаржылық тұрақтылық пен қорғауды сезінуін Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі өкілдерінің брифингтерінің тиісті перлокутив әсері ретінде қарастыруға болады.

Үкіметтің 42 500 теңгелік әлеуметтік төлем тақырыбындағы брифингтеріне талдау жасаған кезде, ең алдымен, **цифрлы статистика деректерінің** көп екенін байқауға болады. Мысалы, жұмыссыздар санын, төленген ақша санын немесе жалақысынан айырылған жұмыскерлер санатының пайыздық қатынасын көрсеткен:

- «Ең қиын кез сәуір айы болды. Ол кезде 4 млн 200 мың адам жұмыс-

сыз, еңбекақысыз қалды».

- «Біздің деректерімізге сәйкес, бүгінде 3 млн 703 мың адам 4,9 млн өтінім берген. 1 790 779 адамға 75,6 млрд теңге сомасында төлем тағайындадық».
- «8 миллион адамнан өтінім келіп түскен, олардың 4,6 миллионына төлем тағайындадық. Оның 40%-ға жуығы жалдамалы жұмысшылар».

Қазақстандықтар брифингті көрген кезде билік өкілдерінен мемлекеттік шаралардың қаншалықты тиімді болғанын бағалауға мүмкіндік беретін нақты дерек естігісі келеді. Мұндай статистикалық мәліметтерді жариялау азаматтардың барынша хабардар болуына жол ашады және дағдарысты еңсере алатынына сенім тудырады.

Жоғарыда айтылғандарға тағы бір назар аударсақ, онда **«біз», «біздікі» есімдіктері** қолданылғанын байқаймыз. Айтып өткеніміздей, есімдікті қолдану саяси дискурсқа тән нәрсе. Мұндай әдіс коммуникация тараптарын жақындатуға және адресат пен аудитория арасында бір-біріне сенім білдіретін қарым-қатынас әсерін тудыруға жол ашады. Сондай-ақ Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрі Біржан Нұрымбетов сөзінде көбіне **«біз» және «сіз» есімдіктерін** қатар қолданады:

- «Біз былай істейміз: сіз өтінімді толтырсаңыз, бірақ банкте есепшотыңыз жоқ болса, банктегі есепшотыңыз туралы жолды толтырмайсыз [...] Біз әлеуметтік төлемді тағайындаймыз, бірақ бізге банктегі есепшотыңызды хабарлағанша, төлем берілмейді».
- «Біз бұл тәртіпке өзгеріс енгіздік. Төлем сіз жұмыссыз ретінде ресми тіркелген күні тағайындалады».
- «Сіз өтінім беріп үлгердіңіз, енді біз сіздің банктегі есепшотыңыз туралы хабарламаңызды күтеміз».
- «Сіз еш жерде [ресми] жұмыс істемегенсіз, сондықтан біз сізді көре алмаймыз. Сол себепті сіз [өтінім беру үшін] бір рет бірыңғай жинақ төлемін төлеуіңіз керек».

Бұл жерде министр тыңдаушылармен байланыс орнатып, мемлекет пен азаматтардың мақсаты ортақ екеніне, сондай-ақ мемлекеттің халыққа көмектесуге тырысып отырғанына екпін түсіреді.

Тыңдаушыға бағытталып отырғаны министрлердің қазақстандықтарға тікелей үндеу жасағанынан да көрініс тапқан:

- «Әлеуметтік төлемді төтенше жағдай жарияланғанға дейін төлегеніңізді өзіңіз жақсы білесіз. Соңғы 12 айда төлеп келген болсаңыз, онда қиын емес, өтініміңізді бере аласыз. Себебі табысыңыздан төтенше жағдайға байланысты айырылып отырсыз».
- «Өзіңізге мәлім, Қазақстандағы [дағдарысқа қарсы шаралардың] жалпы көлемі 4 трлн теңгеден асқан».
- «Иә, есіңізде болса, бастапқыда ел Президенті жұмыс берушілердің баршасын жұмыс орындарын қысқартпауға шақырған болатын...»
- «Болжам жасамауға және [төлемді] неше адам алатынын немесе сомасы қанша болатынын алдын ала санамауға тырысайын. Себебі, есіңізде болса, өткен жолы 42 500 теңгеден төлем беріледі деп

хабарлаған кезде 3 миллионға дейін адам алады деп болжағанбыз, шын мәнінде, одан бір жарым есе көп болды».

Саясаткерлер өзі мен хабарлама адресаттарының арасын жақындату үшін **диалог** осы әдісін қолданды. Деминова (2018: 154) атап өткендей, «мәтінді диалогтау сөйлеудің мәнін оқырманға жақынырақ жеткізуге, эмоциялық реакция тудыруға және тыңдаушының назарын аударуға мүмкіндік береді».

«Мен» есімдігі тыңдаушының назарын аударады:

- «Мен, министр ретінде, бәріңізден кешірім сұрағым келеді, бірақ, шын мәнінде, біз объективті себептерге байланысты үлгермей жатырмыз».
- «Мен, тағы да қайталап айтайын: жұмыс беруші жалдамалы жұмыскерлері үшін өтінім береді, бірақ әлеуметтік төлем тағайындалмаған жұмыскерлеріне ғана өтінім бере алады».
- «Мен бұл жолы бұл төлемнің операторы Мемлекеттік әлеуметтік қамсыздандыру қоры болатынын хабарлағым келеді».
- «Мен ең төменгі еңбекақы жайындағы пікірімді әрдайым айтып жүрмін: елімізде бұл көрсеткіш төмен болып отыр».

Адресанттың өз атынан жасалған ескертпелері аудиторияның назарын сөзінің нақты мәніне, қазақстандықтардың төлемді алуға өтінім беруі мен алу тәртібінің ерекшеліктеріне аударып отыр.

42 500 теңге саяси дискурсында **сұраулы сөйлемдерді** қолданудың мақсаты да осыған ұқсас, яғни реципиенттердің назарын аударуға екпін жасау. Мұндай сөйлемдерге мынадай мысал келтіруге болады:

- Төлемді алу үшін не істеу керек және қандай құжат қажет?
- Бұл алгоритм нені білдіреді?
- Әлеуметтік қамсыздандыру қорынан төлемді кім ала алады?
- «Мәртебесін ресмилеу» дегеніміз не?

Сұрақты 42 500 теңге алудың шарттарын түсіндірер алдында қойса, мұндай ерекшелік төлем алушы назарының басқа жаққа ауып кетпеуіне көмектеседі.

Қазақстан саясаткерлерінің сөздерінде негатив коннотациясы айқын көрініп тұрған бірер сөз бар. Мысалы, министрдің табысынан айырылмаса да әлеуметтік төлемге өтінім бергендер жайындағы сөзі: «мораль тұрғысынан *дұрыс емес*».

Негатив эмоциялық сипаты бар лексиканың басқа да мынадай мысалдары бар:

- «Карантин кезінде банк алдына көп адамның жиналғаны *дұрыс емес*».
- «Сондықтан бұл көмекті табыс деңгейі жеткілікті адамдардың негізсіз алуына *жол бермеген* жөн. Алаяқтар мен қуларды ұялтып, қоғам алдында айыптау керек».

- «... тек, былайша, қарапайым тілмен айтқанда, *онша адал емес* жұмыс беруші ғана әлі үнсіз отыруы, яғни сіздің жағдайыңызды ойлап жүрмеуі мүмкін...»

Адресанттар бұл жерде мемлекеттің сенімін асыра пайдаланып отырғандар мен індет кезінде жүріс-тұрыс ережесін қасақана немесе байқаусызда бұзып отырғандарға жағымсыз көзқарасын ашық айтып отыр. Мұндай мысалдарды қоспасақ, 42 500 теңге саяси дискурсының **бағалау сипаты төмен деңгейде** болып отыр.

Әлеуметтік төлем саяси дискурсының келесі бір ерекшелігі – **тривиализация семантикасы**. Азаматтарға өтінімді дұрыс толтыруды үйреткен нұсқаулығының мысалын қарастырайық: «Мәліметтерді дұрыс көрсетуіңізді өтінер едік. *Небәрі* үш мәліметті көрсетсеңіз [көрсету керек]...». Бұл мысалдағы небәрі сөзі сол әрекет үшін жұмсалатын күшті айтып тұр, сонымен қатар өтінімді толтыруды барынша оңайлатқанын сездіретін әсер тудырып отыр.

- «Бірыңғай жинақ төлемін немесе әлеуметтік төлемді сіз үшін төлеген болса немесе өзіңіз төлеген болсаңыз, төлемді *қиналмастан* ала аласыз [42 500]».
- «Біз өз жүйемізден төлемиңіздің түскенін көреміз де, өтініміңізді *еш кедергісіз* қабылдап, сізге 42 500 теңгені тағайындаймыз».
- «Ол үшін сіз телефоныңыздан 5505 нөміріне SMS жіберсеңіз болғаны...»
- «Сіз [...] табысыңыздан айырылғаныңызды растадыңыз, демек, келесі күні-ақ өтініміңіз қаралымның қай кезеңінде жатқанын бақылай аласыз».

Бұл мысалдардың қай-қайсысында да қиғаш әріппен жазылған сөздер оңай екенін күшейтіп тұрған сөз және тыңдаушыға төлем алу рәсіміне көп күш жұмсау қажет емес екенін көрсетіп тұр.

Тіл құралын бұлайша таңдау мен **келер шақты** қолдану коммуникациялық актінің сенімділігін көрсетіп тұр:

- «Бейресми жұмыс істеп жүрген, еңбек шартын жасаспаған, салық пен басқа да төлемдерді төлемей келген адамдардың да 42 500 *алуға мүмкіндігі бар*. Олар, ел Президенті кеше айтқандай, мәртебесін *ресмилендірсе болғаны*».
- «Үкімет қолдауының барлық бағыты бойынша 2020 жылдың аяғына дейін экономикалық өсімді қалпына келтірудің кешенді жоспары *жүзеге асады*».
- «Таңертең әлеуметтік төлемге арналған арнайы сайт *жұмысын бастайды*. Төлем алуға құқылы азаматтардың бәрі сол сайтқа деректерін енгізіп, *өтінім бере алады...*»
- «Көп адам «Өтінімді беру тым қиын, оған ЭЦҚ-ны тіркеу керек, т. б. eGov баяу істейді» деп жүр. Бұл механизмді жеңілдететін [техникалық] шешімдерді күн сайын *ұсынып отырамыз*».

Келер шақ уәде беру тактикасы аясында қолданылады. Қазақстан саясаткерлері осылайша азаматтарға тыныштық пен қаржылық

тұрақтылыққа кепілдік береді. Басқаша айтсақ, келер шақты қолданған және тривиалдылыққа ие коммуникациялық акт реципиентке эмоционалдық әсер етуге, атап айтқанда, рецепеттің бойында берілген уәденің жүзеге асатынына сенім тудыруға бағытталады.

Енді 42 500 теңге дискурсындағы сөйлеу әсерінің қаншалықты сәтті болғанын және онымен қатар жүретін перлокутив әсерін бағалауға кірісейік. Біз зерттеп отырған дискурстағы иллокутив актілердің әрбір типінің перлокутив мақсатына анықтама беруден бастайық. Коммиссивтер қиын-қыстау кезеңде Үкімет көмектесетініне Қазақстан азаматтарын сендірсе, экспрессивтер тыныштық пен қамқорлық сезіміне бөлеп, әр азаматтың мемлекет қамқорлығында екенін сезінуіне көмектеседі. Талдап отырған дискурстағы сөйлеу актілерінің жоспарланған әсерінің сәтсіз болғанын көрсететін пікірлердің сан жағынан көбірек екенін 1-кестеден аңғаруға болады.

1-кесте. 42 500 теңге дискурсындағы сөйлеу әсерінің жетістік өлшемі

<i>Перлокутив мақсат тұрғысындағы пікір түрлері</i>	<i>Пікірлердің перлокутив әсері</i>	<i>Пікір саны</i>
<i>Коммиссивке реакция</i>	<i>Перлокутив сәтсіз</i>	<i>75</i>
	<i>Перлокутив сәтті</i>	<i>1</i>
<i>Экспрессивке реакция</i>	<i>Перлокутив сәтсіз</i>	<i>56</i>
	<i>Перлокутив сәтті</i>	<i>2</i>
	<i>Перлокутив салдары</i>	<i>93</i>
<i>Талдау жүргізілген пікір саны</i>		<i>478</i>

Алдымен, коммиссивтердің перлокутив актілерге қаншалықты сай екеніне тоқталайық. Министрлер мен вице-министрлер баспасөз конференциясы барысында әлеуметтік төлем алу механизміне бірнеше рет тоқталды. Демек, жоспарланған перлокутив әсер қазақстандықтарды мемлекеттің қолдайтынына сөзсіз сендіру еді деп болжауға болады, әйтсе де пікірлерді талдаудың нәтижесі керісінше болып отыр:

- «Бәрі тек айтып жүр, бірақ сол 42 500 теңгені әлі ешкім алмаған».
- «Сол төлемді маған бірінші ретте де, екінші ретте де бермеді».
- «Сөйлеген ауызға сене бермеңдер, тек халық тынышталсын деп отырғандар ғой».
- «Тағы алдап отыр».
- «42 500 теңгені бермеудің жолы өте көп».
- «Бір жарым сағат бойы ешқандай көмек болмайтынын түсіндіріп берді».

Коммиссивке жазылған 76 пікірдің арасында перлокутив актінің сәтті болғанын біреуі ғана көрсетіп тұр: «Бүгін 42 500 алдым, көмектеріңізге көп рақмет». Қалған пікірлерге қарап, перлокутив әсері сәтсіз болған деуге болады: азаматтардың уәделі төлемді ала алмағаны туралы немесе ішінара ғана алғаны жайлы пікірлер көбірек (алса да, төтенше жағдайдың

алғашқы айында ғана алғандар бар). Баспасөз конференцияларын көргендер үкіметтің уәдесі әдетте іс жүзінде басқаша орындалатынын да айтқан; мемлекет 42 500 теңгені мұқтаждардың бәріне бірдей бермейтінін жазған пессимист пікірлер де аз емес; «өтірік айтады» деп тікелей кінәлағандар да бар. Пікір айтушылардың мұндай пікірі елдегі саяси, экономикалық және әлеуметтік жағдайды ескере отырып қалыптасқан: бірінші кезекте халықтың «коррупцияны қабылдау индексі» ескерсек, шенеуніктерге сенбейтінін көрсетіп отыр. 2019 жылы Transparency International халықаралық ұйымы мемлекеттік сектордағы коррупцияның деңгейін бағалай келе, 180 елдің тізімін жасаған кезде Қазақстан соның ішінде 113-орында тұрған. Бұл көрсеткіш әлем бойынша Қазақстан коррупция көрсеткіші жоғары ел болып саналатынын көрсетіп тұр. Халықтың әлеуметтік төлемге ақша бөлуге қатысты реакциясында да осы сенімсіздік көрініс тапқан. Халық әлеуметтік көмек көлемінің аз болуы мемлекеттің қазынасындағы ақшаның ұрланғанынан деп болжап отыр.

- «Осы лауазымына отырғаны үшін берген ақшасын қазақстандықтардың бәріне таратып берсе, 42 500-ден көбірек болар еді».
- «Тағы да көп ақша жегісі келіп отыр».
- «Мынау к** ақшаны өзі алып отыр!»
- «Қалай айналдырсам да өзіме көбірек ақша алсам. Паразиттердің қалыптастырған жүйесі ғой».

Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрі Біржан Нұрымбетовтың ағасы Тимуржан Нурымбетовтың пара алғаны үшін сотталғаны да 42 500 теңге дискрусының прелокутив әсерінің сәтсіз болуына белгілі бір деңгейде ықпал еткен. (Бұл да ағасы сияқты өз қалтасына салып отыр. Ұры екені көзінен көрініп тұр; Парамен ұсталған ағасын көрсету керек еді).

Ал экспрессивтер сабыр мен қамқорлық сезімінің орнына халық арасында алаң мен беймаза сезімін тудырған.

- «ХАЛЫҚ ҚЫРЫЛЫП ЖАТЫР. БӘРІ ДӘРМЕНСІЗ КҮЙ КЕШУДЕ. [...] МЕМЛЕКЕТ ҚАЙДА ҚАРАП ОТЫР???»
- «Түсінесіз бе? Ең төменгі мөлшерде еңбекақы аламын. Жұмысқа бара жатып ауырып өліп қалсам, ондай жұмыстың не керегі бар деп ойлаймын... Тиын-тебен үшін жұмыс істеп жүріп ауырып өлгеннен індетті жұқтырмау үшін есікті құлыптап алып жатқан дұрыс па екен... бәрібір өлемін ғой, тек құлыптап алып жатсам аштан өлетінім болмаса... Шекспирдің болу ма, әлде болмай жоққа айналу ма дегені сияқты емес пе?»
- «Меніңше, біздің үкімет індеттен де қорқыныштырақ».
- «Дәріханаға дүкенге барғандай барып жүрміз. Бәрі қымбаттап кеткен, кейде тіпті таба алмайсың да. Маска, қолғап, дәрі жоқ. Тамақты қайдан табамыз? Енді пневмониядан да, аштан да өлетін болдық. Халыққа не істедіңдер?»

Аудитория сезімі жайлы айтқан пікірлер тобындағы 58 пікірдің екеуі ғана жоспарланған сөйлеу әсеріне сай келген. Қазақстандықтардың елдегі ахуалды негатив лексиканы (Қазақстан кедейлік алдында тұр; аштан өлеміз; енді бір ай тірі қалу үшін көшеге шығып сатылу керек шығар...)

қолданып, эмоциямен сипаттаған пікірлерінің маңызы зор. Мұнысы мемлекет азаматтарды тыныштандыруға қанша тырысса да, азаматтардың торығып отырғанын көрсетіп тұр. Баспасөз конференциясын көрген аудитория қамқорлық сезінудің орнына алданғандай және қорлық көргендей сезімде болған:

- «Небәрі 42 500 екені күлкілі ғой. Әйтеуір, бұған да көнерміз, бірақ бұл да бәрімізге бұйырмайды ғой. Мазақ қой! Осы төлемді алу үшін осынша талап қоятын болса, 142 500 бермей ме екен?»
- «Мына брифингті көріп болған соң, басшылар бізге жәрдемақы емес, садақа беретіндей сезімде болдым, соның өзін бергісі келмейді-ау. Төлемді алу шарттары қорлықпен тең екен, ақшаны да осылай бере ме екен.
- «Қысқасы, бұған дейін алмағандар бұдан кейін де ала алмайды. Алдауды қашан қояр екен? Төзім де бітті».
- «42 500-ді бәріне беру керек. Неге дейсіз бе? Вирус таңдап жұқпайды. Халықты бөліп-жаратындай кім едіңдер? Вирус адам таңдап жатпайды, ал сендер үкімет болғасын халықтың денсаулығын сақтауға міндеттісіңдер. Хаха, әйтпесе өздерің басқарар халықты да таппай қаласыңдар».

Перлокутив салдар немесе жоспарланбаған перлокутив әсер тұрғысынан қарасақ, 42 500 теңгені алушылардың тізіміне енбей қалған азаматтарда (балаларда, төтенше жағдай жарияланғанға дейін жұмыс істемеген зейнеткерлерде, студенттерде, бала күтімі демалысында отырған әйелдерде) әділетсіздік көргендей сезім туған:

- «Балам мүгедек [...], өзім де мүгедекпін. Мен де төлем ала алмадым. [...] Біз де ҚР заңды азаматымыз. Мына әдістеріңіз тұнып тұрған дискриминация және біздің құқығымызды бұзу.»
- «Балаларды неге ойламайды? Бүкіл әлемде балаларға қаржылай көмек көрсетіліп жатыр.»
- «Әділдік қайда?»
- «Халықты неге алдайсыңдар? Отбасыңмен 42 500-ге өмір сүре аласыңдар ма??? Санап көріңдерші. Дастарқандарың мол, тамақтарың дәмді, күнде ет жейсіңдер, ал басқалар ше??? Етті ай бойы жемейтін отбасылар бар, балалары дұрыс тамақтана алмай жүр».

Алға қойған мақсаттардың корреляциясы мен әсерінің нәтижесі болмағасын экспрессивтерден күткен перлокутив әсер де осы секілді теріс болған.

Тағы бір маңызды перлокутив салдар адресанттардың қалыптасқан мән-жайды мойындамауы еді. Әлеуметтік төлемнің талаптарына наразылық ретінде 93 пікір жазылған:

- «Але, ояныңдар, қарапайым халық жейтін тамақ таба алмай отыр! Тиын-тебендеріңді ең болмаса бір рет бәріне берсеңдерші».
- «ҚҰРЫП КЕТКІР 42 500-ДІ БӘРІНЕ БЕРІҢДЕР. [...] ХАЛЫҚҚА КӨМЕК БЕРУДІ ТАЛАП ЕТЕМІН, ТАЛАП ЕТЕМІН, ТАЛАП ЕТЕМІН. ҚАЛТАЛАРЫҢНАН ТӨЛЕП ЖАТҚАН ЖОҚСЫҢДАР, МҰНЫҢ БӘРІ ӨЗІМІЗДІҢ САЛЫҒЫМЫЗ, ӨЗ АҚШАМЫЗ, ЕНДЕШЕ Осынау қиын-қыстау кезде бәріне көмектесіңдер».

- «42 500 миллионымды алдым».
- «Министр, масқара болмашы! Осы 42 500 туралы айтқанда, осынша тиын-тебен біреуді құтқарып қалатындай айтады-ау. Министр, пиджағыңның жағасындағы төсбелгінің өзі қамбатырақ тұрады ғой».

Осы мысалдардан қазақстандықтардың, біріншіден, 42 500 теңгені іріктеп беру принципімен келіспейтінін, екіншіден, осы соманың көлемімен келіспейтінін байқауға болады. Осы тұрғыдан қарасақ, үкіметтің әлеуметтік төлемді алуға кімнің құқылы, ал кімнің құқығы жоқ екені туралы шешімі халық арасында мемлекет қабылдаған шараларға теріс баға беруімен байланысты әсер тудырып отыр. Әлеуметтік көмекке бөлінген ақшаның көлеміне қатысты айтар болсақ, пікір білдірушілер 42 500 теңгені «тиын-тебен», «құрып кеткір 42 500», «мазақ еткен 42 500», «түкке татымайтын тиын», «азын-аулақ» деп атаған және төлемді бұдан көбірек етуді талап еткен. 42 500 теңге сөйлеу актісі Қазақстан қоғамында неліктен негатив реакция тудырғанының және жоғарыда айтылған қажет емес перлокутив салдарды неліктен туындатқанының нақты лингвистикалық факторын анықтау қиын, бірақ сәтсіз болғанын сенімді түрде айтуға болады.

Қорытынды

Зерттеу жұмысының мақсаты мен 42 500 теңге дискурсына прагматикалық талдау жасау және оның Қазақстан Республикасының мемлекеттік билік органдары өкілдерінің коронавирус індетіне байланысты төтенше жағдай кезінде өткізген брифингтері контекстіндегі өзіндік ерекшеліктерін анықтау мақсатына жеттік. Талдау нәтижесі саяси дискурс пен 42 500 теңге дискурсын прагматика тұрғысынан, сондай-ақ сөйлеу әсерінің саяси коммуникациядағы тиімділігі тұрғысынан әрі қарай зерттеуге жаңа мүмкіндіктер ашты.

Зерттеу барысында 42 500 теңге дискурсының құрамдас бөліктері идеологиялық және манипулятивтік тұрғыдан, сондай-ақ саясат саласына қатысты хабарламалардың субъектілері мен мазмұны тұрғысынан саяси дискурстың құрамдас бөліктеріне ұқсас екеніне көз жеткіздік. Осы зерттеу жұмысындағы 42 500 теңге дискурсы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі өкілдерінің әлеуметтік төлемді алу ережесіне қатысты және бүкіл азаматтық қоғамға қазақстандықтардың қаржылық тұрғыдан қорғалғаны, тұрақтылық пен тыныштықты, сондай-ақ мемлекеттің халыққа қамқорлық көрсететіні осы әлеуметтік төлем формасында бекітілгеніне сендіруге бағытталған мәтіндердің жиынтығы болып саналады. Бұл мақсаттары тілдің прагматикалық аспектілерінде иллокутив күші мен прелокутив әсерінде көрініс тапқан. 42 500 теңге дискурсының иллокутив күші хабарламаның сенімділігінде жатыр. Бұл иллокутив күш негізгі коммуникациялық мақсаты адресатқа имплицитті және хабарламаның ақпараттығының артына жасырын тұрып эмоциялық тұрғыдан әсер етуші болып саналатын саяси дискурстардың барлық типіне тән. Адресаттың мемлекеттік институттарға деген сенімін бекіту мен халық арасында үрейге жол бермеу – саясаткерлер қол жеткізуге тырысатын прелокутив әсер.

Үкімет брифингтеріне жасалған талдаудың негізінде 42 500 теңге дискурсына иллокутив мақсатты жүзеге асыру үшін және прелокутив әсер тудыру үшін жағдай жасайтын әдеттегі прагматикалық сипаттар тән

деген қорытынды жасауға болады.

- сандық статистикалық деректер;
- «біз», «сіз», «мен» есімдіктері;
- диалогтау;
- сұраулы сөйлем;
- келер шақ етістігі;
- тривиализация семантикасы.

42 500 теңге дискурсының қосымша сипаты жайлы айтар болсақ, бағалау сипаты деңгейінің төмен екені байқалды.

Брифингте сөйлеген саясаткерлердің мақсатын аудиторияның реакциясымен салыстырған кезде сөйлеу әсерінің сәтсіз болғаны анықталды. Перлокутив әсерді жоспарлағанына қарамастан жазылған пікірлер брифингті тыңдаушылардың реакциясы теріс екенін көрсетіп отыр: үкіметтің 42 500 теңге төлейтініне, мемлекеттің халықты қолдауға ықыласты екеніне сенбейтінін білдірген, әлеуметтік төлемнің көлеміне, іріктеліп берілгеніне наразылық, әділетсіздік пен қорғансыздық сезімін көрсеткен. Перлокутив салдарда, өкінішке қарай, пікір білдірушілердің көбі Қазақстанның саяси басшылығын тиімді деп атауға болмайтынын айтқан. Осы зерттеу жұмысымызда сөйлеу актісінің қаншалықты тиімді болғанын бағалау барысында брифингтің астына қазақстандықтардың ғана жазған пікіріне сүйенгенімізді атап өту маңызды. Бұдан да терең қарастырып, толыққанды нәтижесін шығару үшін пікір жазбаған адамдардың реакциясын да зерттеп, ескерген жөн.

Осы зерттеу жұмысымыздың мүмкіндіктерін шектеген фактордың бірі талдаған мәліметтер орыс тіліндегі пікірлер мен брифингтерді ғана қамтығаны болып тұр. Мемлекеттік тілдегі дәл осындай мәліметтерді талдау 42 500 теңге дискурсының прагматикалық дискурсын да, сөйлеу әсерін де толығырақ анықтауға мүмкіндік берер еді. Оны үстіне, жоғарыда айтып өткеніміздей, 42 500 теңге дискурсының прагматикалық аспектілерін кеңірек зерттеу үшін саяси коммуникациялардың басқа да желілерін, атап айтқанда, осы дискурстың контексіндегі «қоғам – институт», «азамат – институт» және «институт – институт» желілерін зерттеген жөн. Осы зерттеу жұмысымыздың нәтижесі саяси дискурстағы сөйлеу әсерінің сәтті болуын болжау әдістемесін одан әрі жалғастыруға мүмкіндік тудырды.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Генералова, Светлана (2010). «Понятие 'политический дискурс' в лингвокультурологической парадигме». Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 95-101.
2. Грачев, Михаил (2004). Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Москва: Прометей.
3. Деминова, Марина (2018). «Демократизация языка сетевого текста (на материале интернет-издания 'Lenta.ru')». Современный дискурс-анализ. Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования: Материалы Международной научно-практической конференции. Белгород: Политерра, 2 (20): 151-157.
4. «За взятку в 9 млн тенге задержан Тимуржан Нурымбетов». <https://liter.kz/42291-2>. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
5. Звада, Оксана (2018). «Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ». Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева, 1 (1): 23-30.
6. «Казахстан на 113-м месте в 'Индексе восприятия коррупции': по соседству со Свазилендом и Замбией». <https://rus.azattyq.org/a/30392862.html>. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
7. Криворучко, Сергей (2014). «Система речевого воздействия в терминалах теории речевых актов». Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер. : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов, 77: 50-56.
8. Кузьмина, Светлана (2011). «Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации». Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология, 2: 54-56.
9. Мамырханова, Мадина (2020). «Сколько предпринимателей оказались на грани банкротства из-за коронавируса в Казахстане». <https://liter.kz/skolko-kazahstanskikh-predprinimatelej-okazalis-na-grani-bankrotstva-iz-za-pandemii-koronavirusa>. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
10. Минина, Ольга и Полина Васильева (2011). «Некоторые принципы лингво-прагматического анализа текста». Альманах современной науки и образования, 3: 229-232.
11. Никифорова, Ольга (2014). «Политический дискурс, политическая коммуникация и СМИ». Вестник Сургутского государственного педагогического университета, 36-41.
12. Остин, Джон (1986). «Слово как действие». Новое в зарубежной лингвистике, (17): 22-129.
13. Паршина, Ольга (2007). Российская политическая речь: Теория и практика. Москва: ЛКИ.
14. Радюк, Александра (2013). «Коммуникативные стратегии как способ манипулятивного речевого воздействия в английском деловом дискурсе». Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 1 (4): 181-190.
15. Рюкова, А. Р. и Е. А. Филимонова (2016). «Языковые способы реализации персуазивности». Вестник Башкирского университета, 21 (2): 431-435.
16. Рябинская, Наталья (2002). «Речь как социальное действие: основные понятия дискурсивного анализа». Социологический журнал, 4: 78-91.
17. Семкин, Максим (2012). «Стилистические средства в дискурсе политического комментария». Вестник Санкт-Петербургского университета, (2): 94-97.

18. Степанов, Юрий (1995). «Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности». Язык и наука конца XX века, 35-73.
19. Стригина, Татьяна и Владимир Лазарев (2017). «Функционально-семантические и стилистические особенности политического дискурса». Филологический аспект, 5 (25): 134-143.
20. Халатян, Анжела (2011). «Предвыборный дискурс». Политическая лингвистика, 2: 180-187.
21. Шварценберг, Роже-Жерар (1992). Политическая социология. Москва.
22. Шейгал, Елена (2000). Семиотика политического дискурса. Волгоград.
23. Шейгал, Елена (2004). Семиотика политического дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис».
24. Grice, Herbert Paul (1975). «Logic and conversation». Syntax and semantics 3: Speech arts, 41-58.
25. Linsky, Leonard (1967) Referring. New York.
26. Searle, John R. (1976). «A Classification of Illocutionary Acts». Language in Society, 5 (1): 1-23.
27. Strawson, Peter F. (1964) «Intention and convention in speech acts». The Philosophical Review, 73: 439-460.
28. Tepavčević, Miodarka (2014). «Political Discourse-a Syntactic and Semantic Analysis». Logos and Littera. Journal of interdisciplinary Approaches to Text. Podgorica: Institute of Foreign Languages, University of Montenegro, 93-120.
29. Transparency International, «Индекс восприятия коррупции», <https://www.transparency.org/ru/news/cpi-2019-global-highlights>. Дата последнего просмотра: 03.06.2020.
30. Vendler, Zeno (1967) Linguistics in Philosophy. Ithaca: Cornell University Press.

ҚАЗАҚСТАН ЖАҢАЛЫҚТАРЫНДАҒЫ COVID-19 БЕЙНЕСІ: TENGRINEWS ЖӘНЕ HOLANEWS МАТЕРИАЛДАРЫ НЕГІЗІНДЕ

Ясемин Озер

Кіріспе

Кез келген қоғамдық маңызы бар оқиға, әдетте, көпшіліктің тікелей жеке өз басынан өтпейді. Яғни көпшілік ол оқиғаға тікелей қатыспайды. Адамдар өзі қатыса алмаған оқиғалардан хабардар болу үшін жаңалық оқиды. Ал жаңалыққа қосылатын көрнекі сурет оқиға бейнесін қалыптастыратын негізгі дереккөздің бірі болып саналады. Ақпарат тарату барысында журналист пен редактордың ақпаратты ұсынуға байланысты қабылдайтын шешімдері сөз тіркестеріне, интонацияға, видеоға, сонымен қатар фотосуреттерге де қатысты болады. Шынайы бейнені көрсеткендей сезімге бөлейтін фотографияның өзі үнемі объективті емес: ол фотографтың немесе журналистің шешіміне, ракурс пен визуал жақтауға (framing) тәуелді болады. Оқиғаға тікелей қатыспаған адамның сол оқиға жайлы эмоциялық реакциясы, оқиғаның адам санасында қалыптасқан бейнесі арқылы ортаға шығады (Липпман, 2004: 36). Коронавирус пандемиясы кезіндегі жаңалық фотосуреттері де оқырман ойында сол оқиға бейнесін қалыптастырған болуы мүмкін. Осы мақаланың зерттеу нысаны етіп алынған екі веб-сайттағы (*Tengrinews*, *Holanews*) жаңалық фотосуреттерін қарастыра отырып, Қазақстандағы COVID-19 кезінде медиада ең жиі ұсынылған бейнені, олардың қалай қолданылғанын және сол бейнелердің қолданылу динамикасын анықтауға тырысамыз.

Әдебиеттерге шолу

Қазіргі бұқаралық медианың техникалық жетістіктері фотосуреттерді оңай көбейтуге мүмкіндік берді, нәтижесінде фотография күнделікті ақпараттың ажырамас бөлігіне айналды. «Жақсы» сурет таңдай білу бұқаралық ақпарат құралдарының материал жариялау сәтінде шешуші факторына айналды. Күнделікті болып жатқан оқиғалар кезінде фотосурет түсіріледі, олардың ішінен жарияланым үшін таңдалған фотосуреттер эмоция тудыру, адамның назарын аудару мақсатында қолданылады және жаңалықтар мәтінін оқуға «мәжбүрлейді» (Rössler жб, 2011: 415).

Фотография пайда болған кезден бастап, оған теориялық тұрғыдан анықтама беру және сипаттау оңай болған емес. Бұлай болу факторларының бірі ретінде фотографияның теориялық тұрғыдан үш түрлі ғылымға – жаратылыстану ғылымдары, әлеуметтік ғылымдар және гуманитарлық ғылымдармен байланысты болуын, фотографияның технология (оптика) ретінде де, өнер және эстетика ретінде де, сонымен қатар мағына беруші,

яғни репрезентация мен мағына өндіру құралы ретінде де қарастырылуын атап өтуге болады (Tomanić Trivundža, 2010).

Сьюзен Сонтаг (2016) фотографияның бірнеше қызметін атап көрсетеді. Оның пікірінше, фотографияның қызметі шексіз, ол ақиқат не шындықтың айнасы немесе репрезентациясы ғана емес, сонымен қатар шындықты бейнелейтін немесе адастыратын күшке ие. Фотография арқылы куәлік жасаймыз, естіп, бірақ сенбеген жайтқа сене бастаймыз. Фотографияның айыптау күшімен қатар, ақтаушы күші де бар. Фотография бір оқиғаның болғанын айғақтайтын дәлел де бола алады, қазіргі кезде мемлекеттің халықты қадағалау және бақылауына арналған ыңғайлы құралына да айналды (Сонтаг, 2016: 14-15).

Домке және әріптестерінің жазуынша (2002), ежелгі грек ойшылы Плато өзінің «Республикасында» ақындар мен суретшілер адам көңілінің күйі мен көзқарасына әсер етіп, шындықтың бұрмаланған нұсқасын қалыптастыратындықтан, оларға тыйым салынғанын, сол сияқты қазіргі кезде де визуалды детерминизм (visual determinism) деп атауға болатын мәселенің бар екенін алға тартады. Қоғамның фото- және видеожурналистикаға деген реакциясынан қуатты немесе иконалық жаңалық суреттері «саналы ойдың қатысуынсыз демократияның эмоциялық ағынына тікелей бағытталатынын», тарихта болып жатқан маңызды оқиғалар жаңалығындағы иконалық суреттердің элиталық және танымал дискурсқа сәйкес журналистік көзқарас пен қоғамдық пікір қалыптастыратынын айтады (Domke жб., 2002: 131-132 ; Morrow, 1993: 36). Уильям Джон Томас Митчелл (2002: 166) көрсетілімді (vision) «әлеуметтік конструкция» деп атайды, оны табиғи бір нәрсеге қарағанда, «үйренетін және өсірілетін мәдени құбылыс» деп есептейді. Оның өнер, технология немесе медиа тарихына байланысты әлі анықталмаған даму үрдісі болуы мүмкін және ол адамзат қоғамымен, этика және саясатпен де байланысты (Mitchell, 2002: 166). Каркамо Уллоа (Cárcamo Ulloa) және әріптестері (2015) француз әлеуметтік теоретигі Роланд Бартестің фотография әсері туралы жазған 1980 жылғы кітабы³¹ мен тарих және өнер профессоры Дэвид Фридбергтің суреттердің күнделікті таңдауымызға әсері туралы жазған 1989 жылғы еңбегін³² қорытындылай келе, Бартестің риторикалық фигуралардың суреттерден де көрініп, сол арқылы мағына қалыптастыратынын және Фридбергтің адамзат тарихындағы суреттердің рөлін және олардың әлеуметтік-мәдени арандатушы қабілеттерін сипаттауын атап өтеді (Cárcamo Ulloa жб., 2015: 7).

Визуал суреттердің жеке тұрғанда айқын мағынасы болмағандықтан, визуал аргумент болуға алғышарттары жетіңкіремейтінін алға тартатын зерттеушілер де бар. Бірақ бейнелердің жеке мағынасы болмаса, онда сөздердің де жеке мағынасы жоқ. Себебі екеуі де оларды түсіну үшін контекстке тәуелді болады (Kenney, 2002: 58).

Жаңалықтар медиасы бейтарап болуға тырысқанмен, мәтіндік тұрғыдан ғана емес, жаңалыққа фотосурет таңдау тұрғысынан да белгілі бір жақтау (framing) ішінде жұмыс істейді. Фотожурналист суретті қай ракурстан түсіретінін, жарықты қалай қолданып, объектіні қалай орналастыратынын ойласа, журналистер мен редакторлар жаңалыққа қандай сурет таңдайтынын шешеді. Сол үшін фотосурет қолдану

31 La chambre claire. Note sur la photographie. (Camera lucida. On photography)

32 The power of images: studies in the history and theory of response

күнделікті жеке шешім мен таңдау жасауға негізделеді. Фотоға түсіру – қоршаған ортамен белгілі бір қарым-қатынасқа түсу деген сөз. Әлем масштабтарымен «ойнайтын» фотографияның өзі де үлкейтілуі немесе кесілуі мүмкін. Оларды жақсартуға немесе ретушьтеуге, өңдеуге болады (Сонтаг, 2016: 13-14). Ал Жан Бодрийяр 1999 жылғы «Фотосуреттер немесе Жарықтың хаты» (*La Photographie ou l'Écriture de la Lumière: Litteralite de l'Image*) атты еңбегінде қандай фототехника қолданса да, әрдайым тұрақты болып қалатын өзгермейтін нәрсенің жарық екенін айтады. Фотографияның жарығы суретке сай болып қалады. Ол «табиғи» да, «шынайы» да, «жасанды» да емес. Жарық – бейнеленетін образдың қиялы, өзіндік идеясы. Оның бір емес, екі қайнаркөзі – зат пен көзқарас бар (Debrix, 2000).

Коммуникация зерттеулері жаңалықтарға фотосурет іріктеу үрдісінің дәстүрлі көзқарасын жаңалықтардың құндылық теориясы (*news value theory*) арқылы қарастырады. Бұл теория журналистер жазатын жаңалықтарды таңдау кезінде белгілі бір жаңалық факторларын алға тартады. Патрик Рөсслер және әріптестері (Rössler жб, 2011) осы зерттеулерді негіз етіп, журналистердің күнделікті таңдау жасау үрдісін қарастырған алғашқы зерттеулер журналистердің шешім қабылдауына ғана бағытталғанын айтады. Ал кейінгі зерттеулер жаңалық құндылықтарының ақпарат тұтынушының қалай ақпарат қабылдайтынын түсіндіруге тырысып, сол арқылы ақпарат фотосуретін таңдау кезінде де негізгі объектілерді анықтау үрдісі мен факторларына талдау жасауға тырысады (Rössler жб, 2011: 416).

Бұл зерттеу фотографияның аудиторияға тікелей ықпалын қарастырмаса да, COVID-19 кезіндегі Қазақстан жаңалықтарының фотографияларында ең көп кездескен бейнелерді анықтауды мақсат етеді. Зерттеуде қарастырылатын фотосуреттер сток фотография саналатындықтан да, коммерциялық индустрияның бір бөлігі болып саналады. Сток фотография – фото, видео немесе иллюстрация форматында сурет түсіретін және оны сататын индустрия. Яғни сурет түсірген кез келген адам немесе ұйым сол суреттерді арнайы лицензиямен үшінші тұлғаларға сату арқылы тікелей оқиға барысында түсірілген немесе иллюстратив суреттер өндіреді. Басылымдағы фотография жөнінде түсіндірме, пікірлер өте көп. Алайда осы зерттеуде басылымдағы фотография барлық фотосурет түрі ретінде қарастырылады. Яғни фотожурналистика ақпараттандыратын және жедел, оқиға суреттерін ғана қарастырса, баспасөз фотосуреттеріне кез келген фотосурет, иллюстрация, тіпті суретті оқиғалар, сондай-ақ сток фотографиялары кіреді (Қедрә, 2016: 2-3).

Материал мен әдістер

Қазақстандағы коронавирус пандемиясы кезіндегі негізгі бейнелерді анықтау үшін сандық зерттеу әдісі, оның ішінде сандық контент анализ қолданылады. Зерттеу объектісі ретінде күнделікті ақпарат таратын *Tengrinews* пен *Holanews* ақпараттық порталдарында қазақ тілінде қаңтар-мамыр айлары (5 ай) аралығында жарияланған жаңалық фотосуреттері талданады.

Зерттеуге алынған 5 ай ішінде *Tengrinews* сайтында жалпы 1647 жаңалық жарияланса, *Holanews* сайтында 1038 жаңалық жарияланды

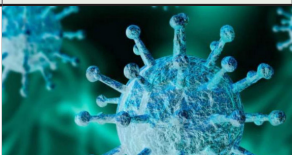
(1-кесте). Бұл жаңалықтар ішінен зерттеуге сәйкесінше 311 және 210 жаңалық таңдалды.

Tengrinews сайтында жаңалықтың қаралымының саны беріледі, арнайы коронавирус жаңалықтарына арналған бөлім бар. Коронавирус жаңалықтары бөліміндегі күнделікті жаңалықтардың ішіндегі 5-тің 1-ге арақатынасымен, ең көп қаралған жаңалықтар алынды. Яғни күніне 5 жаңалық жарияланса, ішінен ең көп оқылған бір жаңалық, 10 жаңалық жарияланса, ең көп оқылған екі жаңалық таңдалды. Ал *Holanews* сайтында қаралым саны берілмейтіндіктен, коронавирус кілтсөзі арқылы табылған 5-ке 1 арақатынасында кездейсоқ жаңалықтар таңдалды. Жалпы алғанда, кей жаңалықтарда бірнеше сурет кездескендіктен, *Tengrinews* сайтында жарияланған 311 фотосурет, *Holanews* сайтында жарияланған 218 фотосурет зерттелді. Орта есеппен, *Tengrinews*-тің әр жаңалығында 1.04, ал *Holanews* сайтының әр жаңалығында 1.05 сурет қолданылады. Екі ақпарат порталынан да зерттеу нысаны ретінде жаңалықтар ғана алынды, репортаж бен сұхбаттар немесе журналистік материал дайындаудың басқа жанрлары зерттеу объектісі болып саналмайды.

	Қаңтар	Ақпан	Наурыз	Сәуір	Мамыр
	14	75	553	612	393
	74	114	362	312	176

1-кесте. Жарияланған жаңалықтар саны

Фотосуреттер бейнеленген объектіге қарай топтастырылып, категорияларға жіктелді (2-кесте). Категориялар өз ішінде жаңалыққа тікелей қатысты суреттерді де, сток фотографияны да қамтиды. Сонымен қатар категорияларда суреттің өңделу түсі де ескеріледі, себебі репрезентацияға фотографияның өңделу түсі немесе табиғи жарыққа деген көзқарасы да әсер етуі мүмкін. Сондай-ақ осы мақалада фотографияларды кімнің түсіргенін, қандай мақсатта қолданғанын да анықтауға тырысамыз. Категорияларға жіктеу арқылы ең көп таралған бейне(-лер) анықталды және 5 ай ішінде жарияланған жаңалықтарды талдау сол бейненің өзгеру динамикасын нақтылауға да мүмкіндік берді.

Категория	Мысалы	Түсіндірмесі
Вирус суреті		Коронавирустың иллюстратив немесе микроскоп арқылы түсірілген суреттері.
Ғылыми зерттеушілер		Лабораторияда тәжірибе жасаумен айналысатын немесе ғылыммен айналысатын маман ретінде көрсетілетін адамның суреті.

Категория	Мысалы	Түсіндірмесі
Дәрігерлер мен медицина қызметкерлері		Бұл категорияға аурухана ішіндегі/сыртындағы дәрігер киіміндегі адамдардың суреттері, дезинфекторлар, жедел жәрдем фельдшерлері кіреді.
Медицина объектісі		Шприц, тест пробиркасы, микроскоп, дәрі-дәрмектер немесе беттерде сияқты заттар осы категорияға ішінде.
Науқас адамдар		Ауруханада жатқан науқас суреттері. Дәрігер мен науқас бірге болған суреттерде негізгі фокус науқасқа берілсе, «Науқас адамдар» категориясына, дәрігерге түсірілсе, «Дәрігерлер мен медицина қызметкерлері» категориясына жатқызылады. Сонымен қатар жазылып шыққан адам оқиғасы баяндалса немесе аурудың жаңа белгілері туралы жаңалықта науқас денесінің белгілі бір бөлігі көрсетілсе, сол сурет те осы категорияға енгізіледі.
Танымал адамдар мен жұлдыздар		Жаңалықтың басты суреті ретінде танымал адамның немесе жұлдыздың суреті алынса, фотосурет осы категорияға жатады.
Саясаткер (жергілікті/шетелдік)		Бұл категорияға кез келген мемлекеттік қызметтегі шенеунік суреті кіреді.
Халық		Көшеде немесе басқа локацияда келе жатқан бір немесе бірнеше адам. Қарапайым адамның жазалануы немесе әлеуметтік медиаға пост жазуы нәтижесінде шыққан жаңалық суреті де осы категория құрамына енгізіледі.
Басқа		Жоғарыдағы категориялардың ешбіріне жатпайтын бейнелер, оның ішінде бос көшелер, қызыл таңбалар немесе басқа кез келген сурет осы категорияға жатады.

Келесі кезекте фотосуреттерді кімнің түсіргені қарастырылады. Яғни суреттерді шыққан тегіне қарай фотограф, редакция немесе сыртқы (жергілікті/шетелдік) ресурстар суреті ретінде қарастыратын боламыз. Фотосуреттің сипаттамасы көрсетілмей, үстінде лого немесе жазу тұрмаса, «көрсетілмеген» категориясына жатқызылады. Фотосуреттердің шығу тегі пандемия кезіндегі визуал бейненің шынайы картинаға қаншалық жақын екенін анықтауға көмектеседі. Сонымен қатар фотографиялардың шынайы оқиға кезінде түсірілгені немесе иллюстратив мақсатта ғана қолданылғанын анықтау үшін оларды иллюстратив, иллюстрация, адам суреті және репортаж фотографиясы деген түрлерге де бөліп қарастырамыз. Бұл да бізге шынайы жағдайға қатысты суреттердің қолданылып не қолданылмайтынын, сол арқылы әр адамда қалыптасатын бейненің ақиқатқа жақын бола алатынын немесе бола алмайтынын талқылауға мүмкіндік береді.

Нәтижелер және талқы

Зерттеу нысаны етіп алынған *Tengrinews* және *Holanews* ақпараттық порталдарындағы жаңалықтардың фотосуреттерін зерделей келе, екі сайттың да Қазақстан жаңалықтары бөлімінде таралған ең негізгі бейне – дәрігерлер мен медицина қызметкерлерінің және медициналық объектілердің бейнесі екенін көруге болады (Кесте-3).

	 TENGRI NEWS информация и новости в любой форме	 HOLANEWS ВНЕ КУЛЬТУРЫ / ОБЩЕСТВЕННОГО ИНТЕРЕСА
 Вирус суреті	8 (2,5%)	9 (4%)
 Ғылыми зерттеушілер	8 (2,5%)	5 (2%)
 Дәрігерлер мен медицина қызметкерлері	66 (21%)	73 (33%)
 Медициналық объект	66 (21%)	39 (18%)
 Науқас адамдар	20 (6%)	11 (5%)
 Танымал адамдар мен жұлдыздар	12 (4%)	4 (2%)
 Саясаткер (жергілікті/шетелдік)	34 (11%)	21 (10%)
 Халық	36 (12%)	17 (8%)
 Басқа	61 (20%)	39 (18%)

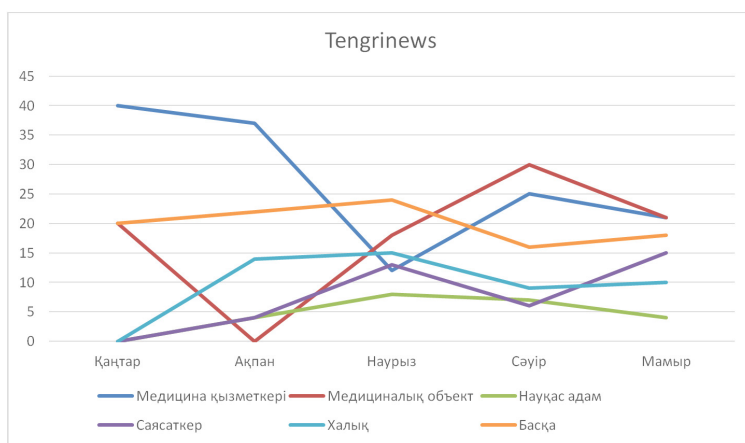
3-кесте. *Tengrinews* және *Holanews* жаңалықтарындағы сурет категориялары

Tengrinews сайтында медицина қызметкерлері мен объектілері бірдей көлемді алып тұрса (21 пайыздан), *Holanews* сайтында медицина қызметкерлері жалпы фотосуреттердің $\frac{1}{3}$ -ін, ал медицина объектілері 18

пайызын алып тұрады. Екі сайтта да негізгі категорияларға жатпайтын суреттер жалпы фотосуреттердің шамамен 1/5-іне тең (сәйкесінше 20 және 18 пайыз). Ең аз таралған бейне ретінде *Tengrinews* сайтында вирус бейнесі мен ғылыми зерттеушілерді айтуға болатын болса (2.5 пайыздан), *Holanews* жаңалықтарындағы ең аз көрсетілген бейне – танымал адамдар мен жұлдыздар және ғылыми зерттеушілер (сәйкесінше 4 және 5 пайыз).

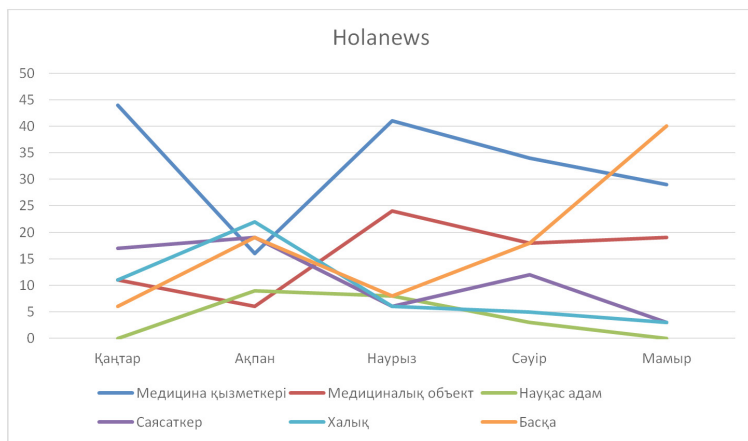
Бірақ бұл визуал бейнелер зерттеу мерзімінің 5 айында дәл осындай болмаған. 4-кестеде берілгендей, *Tengrinews* жаңалықтарында медицина қызметкерлері алғашқы айларда ең басты бейне ретінде берілсе, коронавирус жұқтырғандар саны артқан және қалалар карантинге жабылған наурыз айында дәрігерлер мен медицина қызметкерлері фотосуреттері күрт азайған. Оның орнына наурыз айында басқа категорияға жататын үйлер мен үй жанындағы күзетшілер, полиция қызметкерлері, WhatsApp желісі сынды әлеуметтік желілерді бейлелейтін иллюстрациялар мен иллюстрациялық суреттер көптеп қолданылған.

Сонымен қатар наурыз айы – медициналық объект суреттері де көп қолданылған уақыт. Қалалар блок бекеттер қойылып жабылған кезде медицина қызметкерлері мен дәрігер бейнелерінен көп таралған бейне – саясаткер бейнесі. Мұндай суреттер наурыз және мамыр айларында көп қолданылды. Мұны жаңалықтардың саясилануынан туған деп топшылауға болады. Дегенмен жарияланған жаңалық белгілі бір министрдің мәлімдемесі болса да, жаңалыққа министрдің суретіне немесе мәлімдеме контекстіне сай келетіндей фотосурет қою – журналист пен редактордың шешіміне байланысты.



4-кесте. *Tengrinews* сурет категорияларының өзгеру динамикасы (2020 ж.)

Ал *Holanews* жаңалықтарында дәрігерлер мен медицина қызметкерлері ақпанда аз бейнеленіп, наурыз айында басқа категориядағы бейнелерден әлдеқайда көп таңдалған. Саясаткерлер бейнесі наурыз айында өте аз көрсетілсе, ақпан айында әдеттегіден көбірек қолданылғанын көруге болады. Медициналық объектілер бейнесі де наурыз айында көп беріле бастаған. Мамыр айында басқа категорияларға қарағанда көп таңдалғандар – «басқа» категориясындағы гуманитарлық көмек суреттері, «қаңырап» қалған қалалар мен көшелер, блокбекет басындағы әскери қызметкерлер.



5-кесте. Holanews сурет категорияларының өзгеру динамикасы (2020 ж.)

Қазақстан жаңалықтарындағы дәрігер мен медицина қызметкерлерінің бейнесі

COVID-19 кезінде жаңалық медиасы фотосуреттеріндегі дәрігер мен медицина қызметкерлері бейнесі көбіне иллюстратив және шетелге тиесілі бейнелер арқылы берілгенін айтуға болады. *Tengrinews*-тегі дәрігер бейнелерінің 41-і сыртқы шетелдік дереккөзден алынып, 7-інде дереккөз көрсетілмесе, 1-еуін редакция және 10 фотосуретті фотограф түсірген. Яғни біздің ой-пікірімізде қалыптасатын дәрігер мен медицина қызметкерінің бейнесі – Қазақстан дәрігері бейнесі емес. Дәрігерлер көбіне аурухана ішінде бейнеленген, бөлменің тарлығы фотосуреттерге басқа мағына үстеуі мүмкін, ал сол фотосуреттердегі аурухана палаталарында медициналық аппараттар да өте көп. Бірақ ол фотосуреттер елдегі аурухана ішінде түсірілмегендіктен, Қазақстан ауруханалары бейнесі де оқырманға шындықтан алыс бейне ретінде ұсынылуда. Дәрігерлер, әдетте, екі пациент ортасында немесе пациенттер арасында, шаршаңқы күйде бейнеленеді. Сонымен қатар дәрігер мен пациент арақатынасындағы теңсіздікті көрсететін көп пациент арасындағы жалғыз медициналық қызметкер бейнесі де жиі кездеседі. Ал дезинфекторлар тобы бірнеше адамнан құралып, арнайы құралдармен көшелерде жұмыс істеп жүрген қалпында көрсетіледі. Дезинфектор фотографиялары толығымен жергілікті болмаса да, дәрігер бейнесіне қарағанда жергілікті фотобейнелер көбірек. Дәрігерлер мен медицина қызметкерлері жиі бейнеленсе де, суреттердің басым бөлігі иллюстратив, яғни жаңалықтың өзіне тікелей қатысты емес. Жаңалық фотосуреттері дәрігерлерді абстракт образ ретінде ғана көрсетеді. COVID-19 жаңалықтарында шынайы дәрігерлер бірнеше жағдайда ғана бейнеленді: әлеуметтік медиа арқылы жылап үндеу жасаған шетелдік дәрігер видеосынан скриншот; жалған ақпарат таратқан қазақстандық дәрігер; адам қайтыс болғанда және «шу шығарғанда», 3 қазақстандық дәрігер суреті берілді. Қалған жағдайларда дәрігерлер образ ретінде ғана қолданылды десек қателеспейміз.

Сонымен қатар *Tengrinews* сайтындағы дезинфекторлар бейнесін де атап өтуге болады. Олар әдетте жұмыс істеп жатқан кезде бейнеленсе де, бірнеше суретте олар топ болып, алдыңғы сапта келе жатқан әскер секілді бейнеленсе, редакция фотографияның бір суретінде дезинфекторлар көзден төмен деңгейден, артында аспан фонында құтқарушы бейнесін еске салатындай қалыпта фотоға түсірілген.

Holanews сайтында фотографиялардың сипаттамасы көрсетілмейді. Тек 3 дәрігер суретінде өз логотиптерін қолданып, фотосуреттің редакцияға тиесілі екені көрсетілген. Бірақ жаңалықтарда қолданылған фотосуреттерді Google Image Search арқылы іздегенде, ішіндегі бірнеше фотосуреттен басқасы, шын мәнінде, шетелдік ақпарат агенттіктерінің суреттері екені, яғни фотографияда Қазақстандық дәрігерлер мен ауруханалар бейнеленбегенін, сол арқылы қайтадан аурухана мен дәрігер жұмысы бейнесінің шындыққа жақын картинасы қалыптаспайтынын алға тартуға болады. Сайт жаңалықтарында дәрігер нақты адам етіп бейнеленген бір жағдай – ауруханаға жаңа директордың келуі (*Holanews*, 5 сәуір 2020 11:36). Тағы екі жағдайда жаңалыққа тікелей қатысты репортаж суреттері қолданылды. Одан басқа бейнелердің барлығы иллюстратив.

COVID-19 кезіндегі ғылыми зерттеушілер бейнесі

Қазақстан жаңалықтарында пандемия кезінде маңызды рөлге ие болған топтың бірі – ғылыми зерттеушілер тобының бейнесі де дәрігерлер мен медицина қызметкерлері бейнесінің қалыптаспағаны сияқты толық қалыптасқан жоқ. Ғылыми зерттеушілер жөніндегі жаңалықтар (вакцина жасау, кеңестер мен мәлімдемелер, т.б.) жарияланса да, ғылыми зерттеушілер бейнесі – Қазақстан жаңалықтарында ең аз қолданылған бейнелердің бірі. Сондай-ақ олардың нақты бір бейнесі жоқ, яғни фотографиялары тек иллюстратив қызмет қана атқарды.

Tengrinews жаңалықтарындағы зерттеушілер суреттерінің барлығы шетелдік дереккөздерден алынған және иллюстратив. Яғни ол суреттер арқылы Қазақстан лабораторияларының да жалған бейнесі қалыптасуы мүмкін. Сонымен қатар суреттердің ішінде біреуі ғана нақты адамды – Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы басшысын бейнелейді. *Holanews* сайтында да бір суреттің ғана шетелдік дереккөзден алынғаны жазылып, басқалары көрсетілмеді. Бірақ олардың да иллюстратив және қазақстандық лабораториялардың суреті емес екені сурет арқылы іздеу қызметінің көмегімен анықталды.

Жаңалық фотосуреттеріндегі медицина объектілері мен вирус бейнесі

Зерттеуге таңдап алынған фотосуреттердің ішінде вирус суреті бейнеленген суреттер өте аз болса да, пандемия кезінде таралған бейнелердің бірі ретінде вирус бейнесін қарастыруға болады. Зерттеу нысаны болған сайттардың екеуінде де коронавирустың иллюстратив суреттері әдетте қызыл түспен берілген. Вирус бейнелерінде көп ерекшелік болған жоқ, шар тәріздес вирустың сток иллюстрациясы, бір мәрте микроскоптан түсірілген фотосурет қолданылды. Дегенмен вирус суреттері ішіндегі ерекше болған бейне – вирус пен ұшақ суретінен жасалған *Holanews* сайтындағы коллаж. Коллажда шар тәріздес қызыл

вирус ұшақтан шығып жатқандай болады, бұл көрініс вирустың тек сырттан келетіні туралы мағынаны білдіруі мүмкін. Осы коллаждағы басқа фотосуреттерге ұқсамайтын тағы бір деталь – суреттің түс пен жарықты қолдануы. Сурет сары-қоңыр реңктегі фильтрді қолдану арқылы апокалипсис фильмдеріне ұқсас картинаны жаңғыртады.

Пандемия кезіндегі жаңалықтарда қолданылған медициналық визуалдарға келер болсақ, қан толтырылған пробиркалар, дәрі-дәрмек, бетперде, термометр сияқты нысандарды атап өтуге болады.

Tengrinews жаңалықтарындағы медициналық нысандар бейнеленген суреттердің 17-сі шетелдік дереккөзден, ал 25-інің дереккөзі көрсетілмеген, сондай-ақ фотограф 22 фотография түсірген. Бұл категориядағы фотографтың өзі түсірген фотосуреттер саны басқа категориядағы фотографтың өзі түсірген суреттерінен әлдеқайда көп. Осы нәрсе сайттың пандемия бейнесін қалыптастыруда объектілерге ғана назар аударғанын көрсетеді. Фотосурет арқылы көрсетілген нысандардың ішінде – бетперде, термометрмен температура өлшеу, композиция ретінде шашылған дәрілер, медициналық колбалар, шприц пен флакон және коронавирус тестіне арналған қан толтырылған пробиркалар жиі кездеседі. Сонымен қатар жолда келе жатқан және қозғалыс сезіміне бөлейтін жедел жәрдем машиналары бейнеленді. Бірақ олардың ішіндегі көбі шетелдік көліктер. Фотограф түсірген фотосуреттердің арасында вирус иллюстрациясы жанында дәрі қаптамасындағы соңғы таблетканы түсірген фотографияны атап өтуге болады (*Tengrinews*, 14 сәуір 2020, 11:11). Бұл фотосурет бірнеше адам қайтыс болған және коронавирус инфекциясын жұқтырғаны анықталған адамдар саны көрсетілген екі жаңалықта қолданылған. Оның түсірілу мақсатын фотограф қана білгенмен, қаптамадағы соңғы таблетканы көрсету оқырман бойында уайым сезімін тудыруы мүмкін.

Holanews жаңалықтарында да қолданылған суреттер негізінен иллюстратив мағынаға ие. Жаңалықтарда қызыл түсті шар тәріздес вирусты бетпердемен жауып жатқан иллюстрациялық коллаж жиі кездеседі. Медициналық объектілердің ішінде сайтта жаңа ашылған аурухана суреттері де бар. Бірақ жаңалықтағы екі суреттің бірі аурухананың сыртынан түсірілген, екіншісінде ақ түсті бос палатада тұрған бір медициналық аппарат бейнеленген. Бұдан басқа сайтта тағы 2 аурухананың ашылуы жөніндегі жаңалықтарда елдегі шынайы ауруханалар бейнеленеді. Дегенмен ол фотосуреттерде де аурухана сыртынан, құрылыс басшысын фокусқа ала түсірілген (*Holanews*, 20 сәуір 2020 11:22 және 24 сәуір 2020 14:40)

COVID-19 науқасының бейнесі

Пандемия кезеңінде *Tengrinews* жаңалықтарында жарияланған науқас суреттерінің ішіндегі 16 фотосурет – шетелдік дереккөзден немесе дереккөзі көрсетілмеген суреттер; 4 фотосурет қазақстандық басқа ақпарат құралдарына немесе редакцияның өзіне тиесілі. Науқастанған адамдардың фотосуреттері де иллюстратив. Вирустық инфекцияның зардабын айтқан науқас туралы жаңалық пен аурудың жаңа белгілері анықталғаны жөніндегі жаңалықта адам мүшесінің нақты суреті қолданылған. Аурудан жазылып шыққан қазақстандық қыздың өз оқиғасын баяндайтын хабарламада суреті де жарияланды. Сонымен

қатар бір жаңалықта аурухана пациенті аурухана ішін түсіріп жариялаған видеоның скриншоттары қолданылды. Бұл – Қазақстан ауруханаларының ішін көрсеткен және ауруханада жатқан адамдарға тікелей қатысты елдегі жалғыз сурет (*Tengrinews*, 19 маусым 2020, 18:20). Одан бөлек, айтып өткеніміздей, жаңа аурухана ашылғанда ғана аурухана іші түсірілген бір сурет болатын. Әдетте пандемия кезінде науқас адамның аурухана төсегінде жатқан немесе жедел жәрдем немесе аурухана ішінде санитар зембілінде жатқан суреті түсірілген. Науқас адам суреттерінің басым бөлігінде фото кейіпкерінің жанында аурухана немесе жедел жәрдем қызметкерлері бар. Сонымен қатар осы кезде жарияланған тағы бір басты фотосуреттер – инелер, шприц пен арнайы құрал қойылған науқас адамның қолы. Қайтыс болған адам туралы жаңалықтарда осы бейне жиі қолданылды. Дегенмен науқас бейнесінде де шетелдік ауруханалар мен құрылғылар көрінгендіктен мұны біздің ауруханаларда түсірілген деп айта алмаймыз. Елдегі науқастардың жағдайы желі қолданушылары жариялаған видео скриншоттарынан ғана білінеді. Бұл скриншоттардағы науқас адам бейнесі басқа науқас бейнелеріне ұқсамайды.

Holanews жаңалықтарында да барлық суреттер иллюстратив. Бірақ бұл жерде қазақстандық жедел жәрдем көлігінің ішіндегі фельдшер мен бетперде таққан науқас адам бейнесі бар. Бұл – сайтта таралған жергілікті науқастың, иллюстратив болса да, аз бейнелерінің бірі еді.

Жалпы алғанда, жаңалықтардағы пандемия басында таралған науқас бейнелері де вирус инфекциясын қауіпті етіп көрсеткенмен, өзге елдердің суреттері екенін анық айта аламыз (қазақстандықтарға тиесілі емес). Яғни шетелдік суреттер өзімізде түсірген сурет секілді, біздің жағдайымызды бейнелеген суреттер ретінде қолданылды. Алайда науқас адам бейнесімен бірге таралған аурухана көріністері, оның ішіндегі дамыған, заманауи медициналық аппараттар, адам денесіне қадалып тұрған инелер мен басқа құрылғылар науқас адамдардың қатты қиналып жатқан бейнесін қалыптастыруға үлес қосты.

Бірақ зерттеудің соңғы кезеңі, яғни, мамыр айларында науқас бейнелері бұрынғыдай ауыр жағдайда көрсетілмей, аз қолданылған. Осы бейнелер коронавирус пандемиясы туралы қатаң көзқарастың әлсіреуіне алып келген болуы мүмкін.

Пандемияға байланысты жаңалықтардағы саясаткерлер мен танымал адамдар бейнесі

Қазақстанда коронавирус пандемиясы кезінде жарияланған нақты бейнелер – саясаткерлер, жұлдыздар мен танымал адамдар бейнелері. Кез келген министр немесе министрлік өкілі мәлімдеме жасағанда, жаңалық сол адамның фотографиясымен беріледі. Оған қарама-қарсы, дәрігерлер немесе ғалымдар жасаған мәлімдемелерде иллюстративті суреттер ғана, оның ішінде контекске байланысты немесе медициналық нысандар бейнесі қолданылды.

Tengrinews сайтында танымал адамдар бейнесі жасаған мәлімдемелері туралы жаңалықтарда немесе бір адам карантин ережелерін бұзып, жазаланған кезде қолданылды. Бұл, бір тараптан, жұлдыздардың карантинді бұзғаны үшін жазаланғанын көрсету арқылы аудиторияны уайымға түсіріп, қорқыныш ұялатудың жолы болуы мүмкін. *Holanews* халыққа көмектесіп жүрген әншілер бейнесін де қолданған. Екі сайтта да

танымал адам қайтыс болғаны туралы жаңалық суреті ақ-қара фильтрмен берілді.

Пандемияда жиі таралған тағы бір бейне – саясаткерлер мен шенеунік, мемлекеттік қызметкер, министр мен министрлік өкілдері бейнесі. Бұған дейін айтып өткеніміздей, ғалымдар мен дәрігерлер жасаған мәлімдемелер арқылы дәрігер бейнесі нақты қалыптаспаса да, пандемиямен күрестің ең негізгі тұлғалары ретінде саясаткерлер бейнесі өте айқын қалыптасты және сол бейнелердің басым көпшілігі – қазақстандық бейнелер. Сонымен қатар пандемия басынан халық немесе кез келген адам бейнесі көрсетілген кезде, әдетте бетперде таққандар көрсетілсе, шенеуніктің бетперде таққан алғашқы суреті сәуір айының соңында ғана қолданылды. Жалпы алғанда, бетперде таққан саясаткердің 4 бейнесі сәуір айында, 2 бейне мамыр айында таралды.

Қорытындылай келе, пандемия кезінде вируспен алдыңғы сапта күресіп жүргендер ретінде дәрігер, зерттеушілер және көмектесіп жүрген қарапайым адамдар мен еріктілер емес, саясаткерлер, шенеуніктер және әншілер мен жұлдыздардың бейнесі қалыптасқанын айтуға болады.

Қарапайым адам және басқа бейнелер

Қарапайым халық бейнесіне келсек, шетелдіктер мен қазақстандықтар арақатынасында маңызды айырмашылық жоқ. Дегенмен пандемия басында бетперде таққан шетелдіктер мен шетелдік фотограф түсірген бейнелер қолданылса, наурыз айындағы карантин кезінен бастап, редакция немесе фотограф түсірген суреттер қолданыла бастаған.

Tengrinews-тегі жаңалық фотосуреттерінде әдетте көшеде немесе бір жерде жүрген бетперде таққан адамдар фотосуреттері, олардың дене температурасын тексеріп жатқан фотографиялар берілді. Жаңалық контексіндегі суреттер қазақстандық адамдар той жасап жатқан адамдар түсірген видеоның скриншоттарымен, супермаркеттегі тауарларды жаппай сатып алып жатқан және жабық қаладан шығуға тырысқан топ ретінде ғана бейнеленді. Бұл – халыққа қатысты негатив оқиға болған кезде, сол оқиғаның суреттері тікелей қолданылып, басқа кезде халық бейнесіне иллюстратив мағына берілгеннің көрсеткіші.

Holanews сайтындағы фотосуреттердің көпшілігінде шетелдік халық бейнеленген. Бұл жайт коронавирус бейнесін елден алыстатқандай сезімге бөлейді. Жалған хабар таратқан бала мен ана және қазақстандықтардың супермаркеттен жаппай тауар алуы кезінде жергілікті және оқиғаға тікелей байланысы бар суреттер қолданылды. *Tengrinews*-те тараған бейнелерге қарағанда, *Holanews* сайтында камераға тіке немесе объективке жақын жердегі қарап тұрған адамдар бейнесі көбірек кездесті.

Пандемия кезінде таралған тағы бір бейне – полиция қызметкерлері мен әскерилер бейнесі. Қаладан шығар жолдарға блок бекеттер қойылып, үйлер оқшауланған кезде, блокбекет пен оның жанында тұрған қара киімдегі адам бейнесі көптеп кездесті. Сонымен қатар халық арасында бетперде тағуды қадағалау туралы жаңалықта тікелей қатысты бейне, яғни полиция қызметкерінің фотосуреті қолданылса, вирус жұқтырғандармен байланыста болған адамдарды «ізвестіру» кезінде де полиция бейнесі беріліп отырды. Полиция мен әскерилер фотосуреттері де, саясаткер бейнесі сияқты, көбіне Қазақстанда түсірілген және қазақстандық

полицейлер екені анық байқалады. Қолданылған бейнелердің көбінде қызметкерлер камерадан алысқа қарап тұрса, зерттеуге кірген ең соңғы суретте ғана, блокбекеттердің алынуы туралы жаңалықта полиция қызметкері камераға тік қарайды. Екі сайтта да карантин шаралары күшейтіліп, қалалардың карантинге жабылатыны туралы мәлімдеме жарияланған материалда негізгі фокуста әскери танк бейнеленіп, оның арт жағында жедел жәрдем көлігі тұрды. Екеуі бір жерде тұрса да, осындай ракурс қолданған фотограф әскер мен танкті алдыңғы планға шығарып, жедел жәрдем көлігі мен дәрігерді артқы планға қою арқылы денсаулық үшін емес, әскери күштен қорыққаны үшін карантин шараларын сақтауға шақыру мағынасын берген де болуы мүмкін. Жалпы алғанда, Қазақстанда вирус жұқтырғандар саны көбейе келе, полиция қызметкерлері мен көліктері және әскери адамдар бейнеленген фотографиялар да жиі беріле бастады және олардың барлығы дерлік Қазақстанда түсірілген суреттер еді.

COVID-19 кезінде қалыптасқан тағы бір бейне – бос жолдар, қаңыраған көшелер, дүкендердегі бос сөрелер мен бос қалған демалыс орындары, сонымен қатар кіруге тыйым салынғанын білдіретін қызыл таңбалар мен белгілі бір жерді оқшаулаған сары ленталар.

Holanews жаңалықтары суреттерінде қалыптасқан айқын бір бейне – гуманитарлық көмек бейнесі. Бірақ бұл бейне, бір жағынан, аудиторияда жалған пікір туғызу үшін қолданылған бейне болуы мүмкін. Қазақстан басқа елдерден гуманитарлық көмек сұраған кезде жолда тізіліп келе жатқан жүк көліктері суреті қолданылды, бірақ ол сурет Қазақстанға емес, басқа елге келе жатқан көмек. Дегенмен жарияланған басқа 2 жаңалықта елге көрсетілген көмекке иллюстратив емес, ұшақтан түсіріліп жатқан жәшіктер мен тасып жатқан адамдар, яғни жаңалыққа тікелей қатысты репортаж суреттері қолданылды.

Келесі атап өтер жайт – екі сайт қалыптастырған фейк ақпарат бейнесі. *Tengrinews* жаңалықтарында көрнекі құрал ретінде жалған ақпарат таратқан адамдар фотографиялары қолданылды. Сондай-ақ WhatsApp арқылы тараған ақпаратқа министрліктің мәлімдемесін жариялағанда, сарымсақ пен телефон суретінен жасалған коллаж немесе экранында әлеуметтік медиа беті ашылған қосұлы телефон фотосуреттері пайдаланылды. Ал *Holanews* сайтында айтылған хабарламаны әкімдік теріске шығарған материалда, фотосурет ретінде бірден фейк деген қызыл жазуы бар иллюстрация бейнеленді. Басқа да таралған жалған ақпаратты теріске шығару хабарламаларында сурет контенті бірден жаңалық контентін көрсетпейді, яғни әкімдікке бағыттала айтылған жалған хабар ғана бірден теріске шығарылады.

Сайттарда таралған кейбір фотосуреттер адамдарды адастырып, манипуляцияға негіз болуы да мүмкін. Ғалымдардың мәлімдемесі жарияланғанда, *Holanews* сайтында ұшып бара жатқан қолшатыр бейнеленеді. Бұл сурет жаңалық контексіне қарама-қарсы. Себебі коронавирустың қандай күн райында әлсірейтінін сұрақ түрінде қойған тақырыптан кейін бұлтты күн райын бейнелеу оқырманға жауап секілді ой тастайды. Бірақ жаңалық контексінің қорытындысы басқаша – вирус жылы күн райында әлсіреп, белсенділігі төмендеуі мүмкін. *Tengrinews* сайтында да жаңалық контексіне сай келмейтін, сондай-ақ жалған пікір қалыптастыруы мүмкін фотосуреттер кездесті. Мысалы, балалы адамдарға демалыс беру туралы жаңалықта шетелге демалысқа кетуге дайындалып жатқан әуежайдағы кішкентай балалар суреті қолданылды.

Бірақ жаңалық демалыс орындарына кету жөнінде емес, ата-ананың жұмыстан кезекті демалысына шығуы туралы еді.

Қорытынды

Жаңалыққа фотосурет таңдау кез келген жаңалық медиасының журналистері мен редакторларына қалыпты жағдай секілді. Веб-сайттар мен әлеуметтік медиа жарияланатын мәтінді тартымды етуге және көрнекі ретінде суретпен беруге әбден үйренгендіктен, фотосурет қолданылмаған ақпарат табу оңай емес. Фотосурет оны түсірген адамның айналасымен қарым-қатынасқа түсіп, белгілі бір шешім қабылдау нәтижесінде жеке жақтауларға кіргізілген бейне болғандықтан, адамдар күнделікті тұтынатын жаңалықтардағы фотосуреттер болып жатқан оқиғаларды нақтырақ және көрнекі түрде түсінуімізге мүмкіндік береді. Тағы да ескере кетер жайт, фотосурет онсыз да шындық айнасы болып қана қалыптасатын бейнелердің одан сайын бұрмалануына да негіз болуы мүмкін.

Зерттеуде 5 ай мерзімде *Tengrinews* және *Holanews* сайттарындағы жаңалықтарда қолданылған фотосуреттер негізге алынды. Сол арқылы зерттеудің негізгі мақсаты болған Қазақстандағы коронавирус пандемиясы кезіндегі негізгі бейне мен оның өзгеру динамикасы анықталып, маңызды бейнелердің қалай қалыптасқаны да қарастырылды. Осы зерттеу фотосуреттердің аудиторияға ықпалын зерттемесе де, бұл бейнелерді түсіне білу әр адам ойында қалыптасатын әлем картинасының қандай болатынын ұғуымызға мүмкіндік береді. Зерттеу нәтижесін сараптай келе, мынадай қорытынды жасауға болады:

Қазақстандағы дәрігерлер менаурухана «бейнесі» манипуляцияланған немесе шынайы жағдайды көрсетпейді. Жаңалықтарда қолданылған дәрігер, аурухана, медицина қызметкерлерінің суреттері көбіне шетелдік дереккөздерден алынған. Елдегі аурухана іші кей жағдайларда, яғни аурухананың «ашылу салтанатында» ғана түсірілген, сондай-ақ науқастар өзі түсірген видео скриншоттары арқылы ғана көрінеді. Сондықтан жергілікті аурухана мен дәрігерлер бейнесі айқын емес. Жаңалықтарда көрнекілік үшін қолданылған суреттердегі медициналық техникалар мен заманауи палаталар жергілікті ауруханаларда түсірілмеген. Сол себептен науқастар мен дәрігерлерге ғана аян шындық жаңалықта бейнеленген фотосуреттерден өзгеше болуы мүмкін. Шетелдік аурухана палаталарын көрсеткенде, адамдардың аурухана мен дәрігерлер туралы ойы манипуляцияланып, шындықтан алыс бейне қалыптасуы мүмкін.

Елдегі саясаткерлер бейнесі дәрігерлер мен ғылыми зерттеушілер бейнесіне қарағанда көп пайдаланылған. Жаңалықтар суреттерінде дәрігерлер фотосуреттері иллюстратив мақсатта фокусқа алынған ең негізгі бейне болу керек еді. Бірақ нақты адамдарды көрсеткенде, көп ретте саясаткерлер мен танымал адамдардың бейнесі көп қолданылды. Сол арқылы коронавирус пандемиясы кезінде саясаткерлер, оның ішінде Денсаулық сақтау министрі, бас санитар дәрігер, Президент сияқты тұлғалар басты рөл атқарған тұлғалар ретінде таныстырылды. Ал дәрігерлер мен медицина қызметкерлерінің бейнесі қарбалас әрекет кезінде ғана, мысалы, науқасқа толы палаталарда, толық жабық киімде, көп науқас арасында немесе, керісінше, бір науқасты қарап жатқан үш адам бейнесінде бейнеленді.

Науқас адамдар әдетте жасы үлкен адамдар бейнесі арқылы қалыптасты. Жаңалықтарда қолданылған науқас фотосуреттері – иллюстратив және шетелдік дереккөздерден алынған, адамдардың қиналып жатқанын көрсететін суреттер. Ең бастысы, осындай суреттер көп ретте қарт кісілердің суреті болып келеді. Сондай-ақ науқас бейнесі, біріншіден, аянышты, денесіне ине сұғылып, құралдармен тұмшаланған күйде көрсетілсе, екіншіден, науқастанғандардың дені егде кісілер екенін мегзеп, ықпал етуге тырысқан. Осылайша ауру бейнесін жастар мен жасөспірімдерден алшақтатуға тырысқан болуы да мүмкін.

Карантин шараларын сақтауға байланысты мәлімдемелер мен жаңалық суреттері адам бойында қорқыныш тудырар фотосуреттер еді. Вирус жұқтырғандар саны көбейіп, үйлер оқшауланып, карантин шаралары күшейтілген кезде әскери күштер, полиция қызметкерлері, Ішкі істер министрлігі эмблемасы бейнеленген детальдар, толық қара киімдегі күзетшілер мен полиция көліктері жаңалық фотосуреттерінде жиі қолданыла бастады. Сол арқылы карантин шараларының денсаулық пен медицина тұрғысынан емес, адамдарда ортақ қорқыныш ұялату тұрғысынан маңызын көрсеткендей болды. Аурухана мен дәрігерлер суретіне қарағанда, полиция қызметкерлерінің фотосуреттерінің жергілікті болғаны да жаңалыққа фотосурет таңдаудағы мәселені көрсетеді: қорқыныш ұялатуға күнделікті көре алатын бейнелер қолданылып, сол арқылы бейненің шындыққа жақын екені көрсетілсе, ауруды емдеу кезінде елдегі ауруханалардың шынайы жағдайын көрсетпейтін палаталар, дәрігерлер мен медициналық жабдықтар қолданылды.

Аудиторияны жаңалықты оқуға ынталандыра түсетін сұрақ қойылған тақырыптардағы жаңалық фотосуреттері ретінде кейде материалды аша түсетін суреттер қолданылды, кейде аудиторияны адастыратын немесе жаңалық контексіне мүлдем сай келмейтін фотосуреттер пайдаланылды. Атап өткеніміздей, кейбір жаңалық суреттері тақырыпқа сәйкестігі тұрғысынан сын көтермейді. Әсіресе, ғалымдар немесе дәрігерлер мәлімдемелерінің тақырыбы адамды тарта түсетін, оқуға құлшындыратындай нұсқада болғанмен, фотосуреттері негізінен контекске қайшы немесе тақырыпты ашпайтын фотосуреттер болып келетін. Ал саясаткерлер мәлімдемелеріне саясаткер суреті немесе тақырыпты аша түсетін нақты (мысалы, фейк деген таңба) фотосуреттер қолданылған.

Вирус бейнесінің негізгі түсі – қызыл. *Tengrinews* сайтындағы вирус суреттерінің түсі әртүрлі, ал *Holanews* жаңалықтарындағы фотосуреттердің басым көпшілігінде вирус суреті қызыл түспен – ескерту, дабыл немесе агрессия түсімен боялған.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Cárcamo Ulloa L., Marcos Mora M., Cladellas Pro R., Castelló Tarrida A., (2015) «News photography for Facebook: effects of images on the visual behaviour of readers in three simulated newspaper formats». *Information Research*, 20(1): paper 6.
2. Debrix F. (2000). «View of Photography, Or The Writing Of Light». <https://journals.uvic.ca> Соңғы көрілген дата: 10.11.2020.
3. Kędra J. (2016). «Enhancing visual literacy through interpretation of photo-genres: toward a genre typology of journalistic photographs». *Journal of Media Practice*. 17: 28-47.
4. Kenney K. (2002). «Building Visual Communication Theory by Borrowing from Rhetoric». *Journal of Visual Literacy*, 22(1): 53–80.
5. Mitchell W. J. T. (2002). «Showing seeing: a critique of visual culture». *Journal of Visual Culture*, 1(2): 165–181
6. Morrow L. (1993) «In Feeding Somalia and Backing Yeltsin, America Discovers the Limits of Idealism», *Time* 142: 36.
7. Rössler. P., Bomhoff, J., Haschke, J.F., Kersten, J., & Mülle. R. (2011). «Selection and impact of press photography. An empirical study on the basis of photo news factors». *Communications*, 36(4): 1–20.
8. Tomanić Trivundža, I. 2010. «Photography and the Construction of Collective Identities: Representation of the 'Other' in Slovene Photojournalism». PhD diss., University of Ljubljana.
9. Липпман У. (2004). Общественное мнение. Барчунова Т.В. (ауд.), Москва: Институт фонда «Общественное мнение», 384
10. Сонтаг С. (2016). О фотографии. Голышев В. (ауд.), Москва: Ад Маргинем Пресс, 272

ҚАЗАҚ ТІЛДІ МЕДИАДАҒЫ КОНСПИРОЛОГИЯ ТЕОРИЯСЫ ЖӘНЕ ЖАЛҒАН АҚПАРАТ

Есенгүл Кәпқызы

Кіріспе

Пандемия кезінде бүкіл әлемге таралған жалған ақпарат пен конспирология теориясының біршама стандарт қалыптастырғанын байқаймыз. Әлемдік медиада таралып жатқан фейктер мен конспирология теориясы біртекті және ұқсас. Әсіресе, коронавирустың шығу тегі мен таралу аймағына қатысты мифтердің ұқсастығы таңғалдырады.

Коронавируспен байланысты таралып жатқан қастандық (конспирология) теориясының екі түрі бар: біріншісі, бұл – әдейі ойлап табылған биологиялық қару. Тіпті АҚШ президенті Дональд Трамптың өзі пандемия жарияланған алғашқы күндерде вирусты «демократтар ойлап тапқан «жаңа мистика» деген еді. Әрине, наурыздың ортасына қарай Трамп вирус жөніндегі көзқарасын өзгерте бастаса да, «вирус тудырап қауіп асыра бағалануда» деген пікірінен танбады. Тіпті коронавирустан қайтыс болғандар саны күн сайын артып отырса да, консерватив медианың өзі пандемияның рас-өтірігіне күмәнмен қарады. Тіпті ауруханалардың COVID-19 вирусын жұқтырып алған пациенттерді емдеп жатқаны өтірік деген де ақпарат таратылды (Peter Baker & Annie Karni, 2020).

Коронавирусқа қатысты екінші ойлап табылған миф – вирусты Ресей, Қытай елдері немесе Джордж Сорос пен Билл Гейтс секілді филантроптар ойлап тапқан деген пайым. Олардың мақсаты – вакцина арқылы бүкіл әлемді бақылауда ұстау немесе басқару. Сондай-ақ вирусты 5G технологиясымен байланыстыру тұжырымы да кең таралды (Wasim Ahmed, және т.б. 2020).

Фейк ақпараттармен күресу мақсатымен ашылған EUvsDisinfo.eu платформасы 15 тілдегі ақпаратқа сараптама жасайды. Негізгі бағыты – Ресей компаниялары тарататын фейктермен күресу. Аталған ресурстың мәліметіне сүйенсек, орыс тіліндегі коронавирус туралы алғашқы фейкті Sputnik News ақпарат агенттігі таратқан (Қара., фон Хайн & Позднякова, 2020).

Конспирология теориясының кең тараған анықтамасының бірі – бір топ адамның өзара құпия келісім жасап, қандай да бір арам пиғылмен жалған ақпараттар ойлап табуы (Bale, 2007).

Ең қиыны, конспирология теориясына жұрттың көпшілігі сенеді. Richard Hofstadterдің (1966) пікірінше, конспирология патологиялық сипатқа ие. Бұл жағдайдың әлеуметтік сипатқа ие болғаны сонша – қазіргі кезде әлеуметтанушылар да осы жайтқа жиі назар аударуда (Қара., van Prooijen, & van Vugt van Prooijen, 2018).

Бұл зерттеуімізде «Әлеуметтік желіде тарап жатқан жалған ақпараттарға тосқауыл болу үшін ресми ақпарат құралдары мен жекеменшік БАҚ-тар қандай әрекет істеді?», «Оқырмандарын конспирология теориясынан қорғау үшін қандай тәсілдер қолданды?», «Дәстүрлі және интернет БАҚ-тары халық арасына кең таралған жалған ақпараттарға қарсы тұрарлықтай қандай материалдар жариялады әлде олар да әлеуметтік желіде таралып жатқан фейктерді жандандырып, үн қосты ма?» деген сұрақтарға жауап іздейміз.

Зерттеу мақсатына қол жеткізу үшін 5 ақпарат құралы таңдалып алынды. Олардың екеуі – телеарна, екеуі – газет және бір ақпараттық сайт. Бұл ақпарат құралдарын таңдаудағы критерийіміз – таралым деңгейі мен меншіктік нысаны. Біздің зерттеу нысанына алып отырған ақпарат құралдарының екеуін мемлекет қаржыландырады, үшеуі – жекеменшік. Олар: «Егемен Қазақстан», «Жас Алаш», «Қазақстан ұлттық телеарнасы», «31 арна», «Malim.kz».

Мақсатымыз – іріктеп алған қазақстандық басылымдар мен телеарналардың және интернет-медианың жалған ақпаратпен қарым-қатынасын сараптап, еліміздегі медиа сынының ілгерілеуіне үлес қосу. Осы себептермен және журналист әрі ғылыми сала өкілі ретінде бұл тақырыпты ғылыми-публицизм әдіс арқылы зерттеуді жөн көрдік.

Конспирологиялық сана және қазақ медиасы

«Жас Алаш» газетінде конспирологиялық теорияларды ашықтан-ашық қолдайтын бес материал жарияланған. Оның екеуін ҚР Мемлекеттік сыйлығының лауреаты, Қазақстанның құрметті жазушысы, «Құрмет» және II дәрежелі «Халықтар достығы» ордендерінің иегері Дулат Исабеков жазған. Шығармалары әлемнің әртүрлі тіліне аударылып, отандық оқырмандардың ықыласына бөленген жазушының оқырмандары да көп. «Жас Алаш» газетінің сайтындағы алғашқы материалы бүгінде сайтта жоқ. Есесіне, оны көшіріп басқан «Қазақ үні» сайтында әлі тұр (Исабеков, 2020а). Қаралым саны – 8346. Алайда бұл ақпарат газеттің басылым нұсқасында жарияланғандықтан, газетті жаздырып алатын қаншама оқырманға жол тапқанын ескерген де жөн (сол кездегі басылымның күнделікті таралымы – 15669, апталық тиражы – 31338).

Азаттықтың сайтында бұл мақаланы талдаған және берілген ақпараттарының жалған екенін мәлімдеген «Дулат Исабеков ‘Билл Гейтс кедей елдерде вакцинамен балаларды өлтіріп жатыр’ дейді. Рас па?» деген мақала жариялайды. Мақала авторлары Руслан Меделбек пен Жанара Қаңтарбай Дулат Исабековтің «Билл Гейтске қойылып отырған басты кінә – коронавирусты лабораторияда ойлап табуды қаржыландырған, оған қарсы вакцинацияны да жасауға ең ірі фармацевтік орталыққа 50 миллиард доллар қаржы құйып, сол вакцинацияны әртүрлі жолмен адамдарға егу арқылы жер бетіндегі адамдардың санын азайту (...) Оларды осындай тәсілмен емдеген Гана республикасындағы қыздардың көпшілігі қайтыс болып, қайтыс болмағандары бала туу қабілетінен айырылғаны туралы арнайы комиссия бірауыздан қорытынды шығарды (...) Билл Гейтс қорының белсенде араласуымен Индияда ВПЧ-ға (вирус папилломы человека) қарсы вакцинацияны егу бағдарламасы енгізілді. Тәжірибеден 14 мың жасөспірім қыз өтті. Бірнеше қыз бірден көз жұмды, біразы белгісіз ауруға шалдықты (...) Бүкіл әлем қарсы шығып отырған Билл Гейтс

пен дүниежүзілік фармацевтика компаниясының адамзат денсаулығын емес, оларды чиптендіру арқылы құлға айналдыру, бала тууды шектеу идеясын бүгінгі таңда ТМД елдері бойынша қызу қолдап отырған жалғыз-ақ мемлекет бар, ол – Қазақстан» (Меделбек & Қаңтарбай, 2020) деген тезистерін сарапқа салып, жалған деген үкім шығарады.

Алайда Дулат Исабеков мұнымен тоқтамайды «Азаттық радиосы» сайтындағы мақалаға жауап береді. Шілденің 14-інде «Азаттық кімнің сойылын соғып жүр?» деген мақала жарияланған. Мақаланың қаралымы – 122. Мақалада автор: «Сол «Азаттық» радиосы кенеттен миллиардер Билл Гейтсті қызғыштай қорғап, оны сүттен ақ, судан таза етіп көрсетуге барын салыпты. Айналайындар-ау, оны не үшін қорғап отырсындар? Әлде біреулердің тапсырмасы солай болды ма? Мен ол мақаламда бірде-бір фактіні ойдан шығарған жоқпын, бәрі де Ресейдің миллиондаған таралымы бар «Комсомольская правда» газетінен алынды (10-17 маусым, 2020 ж)» (Исабеков, 2020b) – дейді.

Демек, «Комсомольская правда» газетінде жарияланды, оған сенуге болады деген нық сенімі бар. Ал конспирология теориясының Ресейден шығып жатқаны «Deutsche Welle» газетінің интернет ресурсындағы Маттиас фон Хайн мен Наталья Поздняковаңың зерттеулерінде баяндалады (Қара., фон Хайн & Позднякова, 2020). Бұл мақалада да, айтылып өткендей, EUvsDisinfo сарапшылары Ресейдің және Кремльге жақын БАҚ-тан таралатын жалған ақпараттар легін үнемі бақылай отырып, фейк жаңалықтардың бір үлгіде құрылғанын байқайды. Яғни авторлар: «вирус – АҚШ-тың үстемдігін қорғау мақсатымен Пентагонның ойлап тапқаны; оның таралуына әлемдік элита өкілдері мүдделі, пандемияның мақсаты тирандыққа негізделген әлемдік тәртіп, т.с.с. үлгілердің бар екенін көрсетеді. Автор, әсіресе, «коронавирустың таралуына әлемдік элита өкілдері мүдделі және пандемияның мақсаты тирандыққа негізделген әлемдік тәртіп» деген шаблондарды көбірек қолдайды. Сөйтіп, әлемдік филантроп Билл Гейтске шүйлігеді.

«Жас Алаш» газетінің 14 шілдедегі санында белгілі спорт комментаторы Амангелді Сейітханның «Ар мен нәпсі соғысы жүріп жатыр» деп аталатын мақаласы жарық көрген. Журналист оқырмандарға саламатты өмір салтын насихаттауды мақсат етеді. Дегенмен мақала авторы спортты, таза ауаны насихаттай отырып, қымыз бен жылқы етінің коронавирусқа ем екенін, сондай-ақ өкпеге тыныс алу гимнастикасын жасау арқылы вирустан емделуге болатынын айтқан. Әрине, мақала авторының ешқандай конспирологиялық теорияларды әдейі тарату жөнінде ойы болмаса да, «коронавирусты халық тағамдары емдейді екен» деген ақпаратты тарату арқылы оқырманды адастырып отыр (Қара., Сейітхан, 2020).

Конспирология теориясы өзінің немесе өз тобы жағдайының нашарлығы туралы сезімнен құтылу мақсатында да қолданылады (Douglas et al., 2017). Өзін-өзі қорғау мақсатымен қастандық теориясына сену нарциссизммен тікелей байланысты, яғни өзінді зор тұту, сол зорлықты өзгелердің де мойындағанын қалау (Cichocka, Marchlewska, & Golec de Zavalá, 2015). Бұндай теорияларға деген сенім ұжымдық нарциссизмнен тууы мүмкін. Яғни өз тобының ерекшелігін немесе артықшылығын өзгелер жеткілікті деңгейде бағаламайды деген идеядан пайда болады (Cichocka, Marchlewska, Golec de Zavalá, & Olechowski, 2015). Осы тұрғыдан қарағанда, бүкіл әлемге таралған коронавирусқа арақтың, сарымсақтың және ұлттық тағамдардың ем болатыны туралы тұжырымдар ұлттың

ерекшелігін немесе ұлылығын әспеттеуден туып отырғанын байқаймыз (Douglas et al., 2017).

Лидс университетінің медиасарапшысы, тарихшы Илья Яблоков «Русская культура заговора: конспирологические теории на постсоветском пространстве» атты еңбегінде былай дейді:

«Әлеуметтік психологтардың пайымынша қастандық теориясына сену күмән мен сенімсіздіктен туады. Егер әлдекім бір конспирология теориясына сенетін болса, тіпті бірін-бірі жоққа шығаратынына қарамастан, екіншісіне де сенеді. Сондай ақ оның көбі адамның қандай жағдайда екеніне де байланысты» (Яблоков, 2020: 21).

Осы тұрғыдан келгенде, «Жас Алаш» газетіндегі келесі мақала «Ресей мен Белоруссия коронавирусты пайдаланып, қазақтарды қырмақ» деген пайымын алға тосып, байбаламға салады. Әділ Ақылбайдың (2020) «Одақбастар ойынында қазақтың денсаулығы құрбандыққа шалынып кетпесін» деген мақалада Ресейде дайындалған «Авифавир» (Фавипиравир) дәрісін Қазақстанға таратып, жұртты жаппай қыруды мақсат етіп жатқаны айтылады.

Жалған ақпаратпен күрес жүргізетін халықаралық ұйымның Қазақстандағы өкілі «Factcheck.kz» сайтында бұл дәрінің Қазақстанда коронавирусты емдеу протоколына енгені айтылады. Дегенмен оның «денсаулыққа қаншалық зиян немесе коронавируспен күресте пайдасы тие ме?» деген сұраққа әлі жауап берілмегенін айтады.

Ал «Жас Алаштың» бұл мақаласында зерттелмеген немесе шындыққа жанаспайтын конспирологиялық теориялар өте көп. Мәселен, «Күні кеше Қазақстанға Ресей ТЖМ ұшағы қонғанын баспасөз жарыса хабарлады. Бұл делегацияның коронавирусқа қарсы ресейлік дәрі мен біздің Денсаулық сақтау министрлігі әзірлейін деп отырған вакцинаны қазақстандық науқастарға тықпалаумен айналыспайтынына кім кепіл? (...) Енді солтүстік көршісімен саяси ойында жеңілген Қазақстан азаматтарының денсаулығы құрбандыққа шалынып отыр» (Ақылбай, 2020) деген сөйлемдерден саяси манипуляцияны байқауға болады. Манипуляция тактикасы жеке тұлғаның немесе артефактінің дереккөзін жасыру немесе артефактінің контексті мен мәнін өзгерту, немесе жасыру мақсатымен редакциялау, сондай-ақ боттар немесе спамдарды пайдалана отырып, жасанды координация арқылы алдау алгоритмдерін қолдану арқылы жүзеге асады. Дезинформация медиа – манипуляцияның субжанры әрі қандай да бір саяси мақсатпен жалған ақпарат ойлап табады әрі таратады (Donovan).

Қазақ медиасындағы коронавирус туралы ақпараттардан ресми түрде таратылған фейкті кездестірмесек те, осындай манипуляцияны көптеп кездестіруге болады. Атап айтқанда, мемлекеттік ақпарат құралдары арқылы ресейлік және отандық вакцинаны жасырын насихаттаудың куәсі боламыз. Мәселен, «Егемен Қазақстан» газетінде отандық вакцина туралы 8 мақала жарияланған. Солардың бірі – Дина Керімнің мақаласы, «Қазақстандық екпе келешегі зор 200 вакцина қатарында» де аталады (Керім, 2020а). Алайда бұл ақпараттың да типі манипуляция екенін www.factcheck.kz сайты анықтайды. Әрине, «Егемен Қазақстан» газеті «The Washington Post» сайтындағы мақалаға сілтеме жасайды. Алайда «Factcheck.kz» қазақстандық вакцинаның үміттендірердей екпе емес екенін жазады:

«Бүгінде орталық жалпы көлемдегі 203 үміткер вакцинаны бақылап отыр. Қазіргі таңда олардың 26-ы клиникалық сынақтың әртүрлі кезеңінде. Зерттеушілер 10 үміткер вакцинаны «жетекші вакциналар» ретінде бөлектеп отыр. Олар – басқаларға қарағанда клиникалық сынақта алға жылжығандар. Үміткерлер «рейтингісін» ІІІ кезеңге өткендер бастап тұр. Бұл тізімде қазақстандық вакциналар жоқ» (Бочарова, 2020).

Дәл осындай материалдар легін Қазақстанның басты телеарнасы «Қазақстан ұлттық телеарнасынан» да жиі кездестіреміз. Яғни Қазақстанның басты басылымдары оқырман санасына отандық және ресейлік вакцинаның ең үздік екенін сіңіруді көздейді. Мәселен, аталған телеарна 25 тамыздағы «Ақпарат» бағдарламасында «COVID-19-ға қарсы қазақстандық вакцина әлемдегі үздік 200 екпенің қатарына қосылды», 29 тамыздағы шығарылымында «ДДСҰ бас-аяғы 19 мемлекеттің 33 екпесін клиникалық сынақ кезеңіне өткізген. Айта кетейік, халықаралық ұйымның рұқсатын алған мемлекеттердің ішінде ТМД елдерінен Қазақстан мен Ресей ғана бар» деп сүйіншілейді (Сейітхан, 2020b). Осылайша «Қазақстан ұлттық телеарнасы» да, «Егемен Қазақстан» газеті секілді, ресейлік және отандық вакцинаның ерекшелігіне көбірек назар аударған деп айтуға болады.

«Егемен Қазақстан» газетінде 17 маусымда Гүлбаршын Айтжанбайқызы «Коронавирустың емі табылды» деп ақпарат жариялай отырып, дексаматазонның коронавирусты емдейтін дәрі ретінде тіркелгенін жазады. Өкінішке қарай, коронавирустың емі әлі табылған жоқ. «Егемен Қазақстан» газетінің журналисі, сондай-ақ ғалымдардың әлемнің ешқандай елінде жоқ әдісті ойлап тапқаны туралы да айтып өтеді (Айтжанбайқызы, 2020). Алайда бұл құрылғының коронавирусты емдеуге әлі пайдаланылмағаны айтылады. Демек, құрылғының вирусты емдеуде тиімді тәсіл болатыны әлі дәлелденбеген. Дәл осындай ақпараттарды «Қазақстан ұлттық телеарнасынан» да табамыз. Мәселен, Махамбет Бейбітшілік дайындаған репортажда қазақ ғалымы Ерлан Сүлейменовтің коронавирустың алдын алатын жақпамай ойлап тапқаны айтылады (Бейбітшілік, 2020). Алайда қазақ ғалымының ойлап тапқан жаңалығының қаншалық дәлелді екені нақтыланбайды. Сонымен қатар авторы белгісіз тағы бір репортажда короновирустан емдеуге қымыздың ем ретінде ұсынылып жатқаны айтылады (ҚҰТ, 2020a).

Коронавирус өршіген маусым-шілде айларында Қазақстандағы эпидемиялық ахуалға қарсы қолға алынған шаралар өте әлсіз болды: Ауруханаларда орын жоқ, өкпені жасанды желдету аппараттары жетіспейді, дәрі-дәрмек тапшы, азық-түлік бағасы қымбаттаған. Өкінішке қарай, мемлекет тарапынан қаржыландырылатын басылымдарда елдегі жағдайды нақты суреттейтін мақалалар өте аз жарияланған немесе мүлдем жарияланбады деуге болады. Біз нысанаға алған «Егемен Қазақстан» газеті мен «Қазақстан ұлттық телеарнасы» жағдайды керісінше сипаттағаны, яғни ақпарат арқылы манипуляция жасағандары байқалады. Дәл осы айларда дәріханаларда дәрі тапшы, бары қымбаттап кеткен еді. Тәуелсіз басылымдар мен әлеуметтік желілерде осы жайттар туралы материалдар қаптап кеткеніне қарамастан, ресми басылымдар мұндай проблемаларға көз жұма қарады. Керісінше, Қазақстанның коронавирус пандемиясына дайын екені, дәріханалар дәріге толып, азық-түлік бағасы бақылауда екені үнемі ескертіліп отырды. Мәселен, «Елордаға 2,5 млн қорап дәрі жеткізілді» (Керім, 2020b), «Дәріханаларға еріктілер бекітілген» (Елшібай, 2020), «Ералы Тоғжанов Атыраудағы эпидемиологиялық

жағдайды тексерді» (Көшербайұлы, 2020), «Нұротандықтар Павлодардағы ауруханаларға Бобров аппараттары мен дәрі-дәрмек жіберді» (Керім, 2020с) секілді қысқа ақпараттар арқылы елдегі ахуалдың бақылауда екеніне оқырмандарын сендіруге тырысқаны байқалады.

Дегенмен «Егемен Қазақстан» газетінде 2 шілдеде «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат» (Есаман, 2020) деген мақала жарияланған. Онда Жамбыл облысында дәрі-дәрмектің тапшылығы жазылған. Алайда жағдай талданып, журналистік зерттеу жүргізілмеген. Тек ресми билік дәрі-дәрмектің жетіспей жатқанын мойындағаннан кейін ғана дәрі-дәрмекті жасырып сатқан немесе заңсыз сатқан фактілер анықталғаны баяндалады. Ал пандемия белең алған кездегі шынайы жағдай ресми БАҚ-тың бетінде мүлдем байқалмайды.

Дәл осындай ақпараттар сериясы «Қазақстан ұлттық телеарнасында» да көрсетілді. Мәселен, «3 миллион қораптан астам дәрі жеткізіледі» (Маратұлы, 2020), «Емдеу мекемелері дәрі-дәрмекпен толық қамтылады» (Ығыл, 2020), «Алматыда дәрі-дәрмек тапшылығы шешімін тапты» (Нұрақын, 2020), «Дәрі-дәрмектің негізсіз қымбаттауына жол берілмейді» (ҚҰТ, 2020b), «Дәріханаларға қажетті дәрі жеткізіліп жатыр» (ҚҰТ, 2020с) деген ақпараттар жарияланған. Бұдан шығатын қорытынды: ресми ақпарат құралдарында елдегі шынайы ахуал көрсетілмеген.

Біз нысанаға алып отырған келесі ақпарат құралдары «31 арна» мен «Malim.kz» сайтында жағдай басқаша. Аталған БАҚ-тар елдегі шынайы жағдайды көрсету мақсатымен тұрғындардың ақпараттарына көбірек иек артады. «31 арнадағы» Ирина Советжанқызы «Сөздің шыны керек» авторлық бағдарламасында Алматыда коронавирустан қайтыс болғандарды арнайы жерлеуге арналған зираттың шындығын зерттеуге тырысады. 21 мамырда «Коронавирус зиратының шындығы қандай?» деген шығарылымында «алматылық дәрігерлердің ауруханаға жатып, өзге диагнозбен қайтыс болғандарды да коронавирус деп жерлеуінің астарында не жатыр?» деген сауал қояды. Ел арасына коронавирус туралы түрлі қауесеттің таралуына дәрігерлердің осындай пациенттердің жағдайынан толық хабар бермеуі себеп болып жатқанын айта келіп, аталған зиратта 30 адам жерленгенін, алайда ресми статистика бойынша қайтыс болғандар саны он екенін алға тартады. Биліктің осындай әрекеттері салдарынан халық арасында күмән күшейіп келе жатқанына алаңдайды (Советжанқызы, 2020).

28 мамырда «Коронавирустан қайтыс болғандарды қайтіп жерлейді?» тақырыбындағы шығарылымында коронавирустан қайтыс болған адамды «статистика құрбаны болды» дейді. Дәл осы «статистика құрбаны» деген сөзді «Malim.kz» сайты да қолданады. «Malim.kz» интернет басылымында бұл мақала сәуірдің 25-інде «Коронавирустан қайтқандардың санын жасанды түрде көбейтіп отыр ма?» (Malim, 2020a) деген атпен жарық көрген. Екі ақпарат құралы да бір оқиғаны баяндап отыр. Ләззат Дүйсембекованың бауырының жұмбақ өлімі оның туысқандарын күмәндандырады. Оның коронавирустан қайтыс болғанына сенбеген ағайындары «статистика үшін» деген тіркесті қолданған. Бұл тіркесті кейін ақпарат құралдары да қолданады. Алайда бұл ақпаратты растайтын нақты деректер берілмеген. Өйткені ресми органның жауаптары жалпылама, ал жеке оқиғаға нақты жауап жоқ. Осы оқиғаны баяндау арқылы ақпарат құралдары жұрттың коронавирус туралы күдігін одан әрі қоюлата түседі.

«Malim.kz» сайты кей ақпараттарын әлеуметтік желідегі ақпаратқа

сүйеніп жазады. Әрине, әлеуметтік желі ақпарат көзі бола алады, алайда оның шынайылығы тексерілуі керек. Алайда сайт кейбір ақпараттарды тексеріп, ресми органдарға сұрау салуды қажет деп таппайды. Мәселен, «Ақтөбеде мәйітханалар толып кетті» (Қожанова, 2020) атты мақала желі қолданушысының ақпаратына сүйеніп жазылған. Бірақ бұл ақпараттың рас екенін тексеру үшін мәйітханаға барып тексеру немесе сол мәйітхананың ресми жауабын беру көзделмеген. Ресми пікір ретінде Ақтөбе облысы әкімінің кеңесшісі Әсет Қалиевтің маусым айында облыста пневмониядан 47 адамның қайтыс болғаны туралы мәлімдемесін келтіреді. Демек, бұл ақпаратқа сенімді дереккөздерден жариялап тұрмағандықтан сену қиын. Әрі оқырманды адастыруы мүмкін.

Дәл осындай күмәнді ақпарат «Қызылордада коронавирусты емдейтін емші шықты» (Нұржанұлы, 2020) деген тақырыппен жарық көрген. Шағын ақпаратта «емші коронавирус пен пневмонияны қатар емдеп, бүкіл Қазақстанды шарлап, қатерлі дертті жеңбек ниетте» деген жолдар бар. Әзірге коронавирусқа қарсы вакцина да, дәрі де, амал да табылған жоқ. Алайда біздің ақпарат құралдары мұндай ақпараттарға соққы берудің орнына, отқа май құя түседі.

Сондай-ақ «Malim.kz» сайтында «Коронавирус Қытай мен АҚШ бәсекесінен пайда болған» (Malim, 2020b) деген ресейлік ТАСС агенттігінің ақпараты аударылып басылған. ТАСС агенттігі Fox News-тің вирус Қытайда лабораторияда ойлап табылған деген мәлімдемесін жариялай отырып, осы ақпаратқа қатысты Трамптың пікірін сұраған. Трамп бұл ақпаратты растамайды, теріске де шығармайды. Басылымның бұл материалды берудегі мақсаты түсініксіз.

Қорытынды

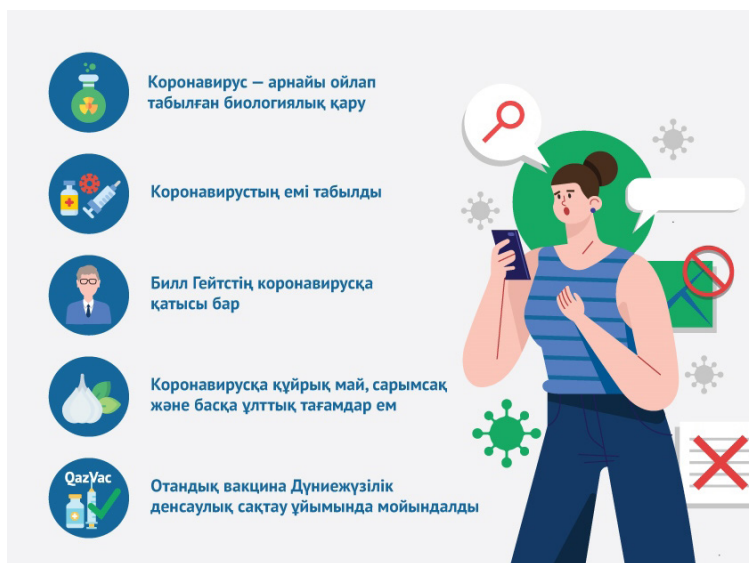
Қазақстанда жалған ақпараттардың көпшілігі әлеуметтік желі арқылы ғана тарап жатқан жоқ, сонымен қатар беделді газеттер мен интернет басылымдар арқылы да тарауда. Егер қазақ тілінде тарап жатқан зомби фейктерді типтерге бөлетін болсақ, былайша классификациялауға болады:

- а) Коронавирус – арнайы ойлап табылған биологиялық қару;
- б) Коронавирустың емі табылды;
- с) Билл Гейтстің коронавирусқа қатысы бар;
- д) Коронавирусқа құйрықмай, сарымсақ және басқа ұлттық тағамдар ем;
- е) Отандық вакцина Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымында мойындалды.

Негізінен бұл фейктер қазақстандық әлеуметтік желіде ғана шарлап жүрген жоқ. Бұлар бүкіләлемдік желіде жүрген коронавирус туралы фейктерге ұқсас. Тек таралу желілері мен форматы ғана өзгереді.

Қорыта айтқанда, ақпарат құралдары әлеуметтік желіні кезіп жүрген зомби фейктерді тікелей таратпайды. Әрі біз нысанаға алған ақпарат құралдарының барлығында жалған ақпарат таратушылардың жазаланатыны, халық арасындағы алыпқашпа әңгімелердің жалған екені үнемі ескертіліп отырады. Дегенмен кейбір ақылға қонымсыз

ақпараттардың жариялану фактісі де кездесіп отырады. Жалпы, ақпарат құралдарындағы фейк ақпараттар легін сарапқа салсақ, оны екі топқа бөлуге болады. Біріншісі, конспирология теориясын ашықтан-ашық қолдау және оқырманды адастыруды көздеу; екіншісі, елдегі нақты жағдайды жасыру мақсатында манипуляцияға жол беру. Ал ресми биліктің күмәнді әрекеттері де ақпарат құралдарының нақты дәлелдерді қолдануына мүмкіндік бермейді, мұның соңы болжам жасауға итермелейді.



Пайдаланылған әдебиеттер

1. Ahmed Wasim., Vidal-Alaball, Josep., Downing, Joseph & Seguí, Francesc López (2020). «COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data». *Journal of Medical Internet Research*, 22(5): e19458.
2. Baker Peter & Karni, Annie (2020). «Trump Accuses Media and Democrats of Exaggerating Coronavirus Threat». *Nytimes.com*. 28 February. <https://www.nytimes.com/2020/02/28/us/politics/trump-accuses-media-democrats-coronavirus.html> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
3. Cichocka Aleksandra & Marchlewska, Marta & Golec de Zavala, Agnieszka & Olechowski, Mateusz. (2015). «‘They will not control us’: Ingroup positivity and belief in intergroup conspiracies». *British Journal of Psychology*, 107(3), 556–576.
4. Donovan Joan (жылы белгісіз). «The Lifecycle of Media Manipulation». *DataJournalism.com*, <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/investigating-disinformation-and-media-manipulation/the-lifecycle-of-media-manipulation> Соңғы қаралған күн: 09.12.20.
5. Douglas Karen M., Sutton, Robbie M. & Cichocka, Aleksandra (2017). «The Psychology of Conspiracy Theories». *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 26(6) 538–542.
6. Hofstadter Richard. (1966). The paranoid style in American politics. In Hofstadter, R. (Ed.), *The paranoid style in American politics and other essays* (pp. 3–40). New York, NY: Knopf.
7. Jeffrey M. Bale (2007) «Political paranoia v. political realism: on distinguishing between bogus conspiracy theories and genuine conspiratorial politics». *Patterns of Prejudice*, 41(1), 45–60.
8. Malim (2020). «Коронавирустан қайтқандардың санын жасанды түрде көбейтіп отыр ма?» *Malim.kz*, 18 мамыр, <https://malim.kz/3024/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
9. Malim (2020b). «Коронавирус Қытай мен АҚШ бәсекесінен пайда болған». *Malim.kz*, 16 сәуір, <https://malim.kz/2674/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
10. van Prooijen, Jan-Willem & van Vugt, Mark (2018). «Conspiracy Theories: Evolved Functions and Psychological Mechanisms». *Perspectives on Psychological Science*, Vol. 13(6) 770–788.
11. Айтжанбайқызы Гүлбаршын (2020). «Коронавирустың емі табылды». *Егемен Қазақстан*, 17 маусым, <https://egemen.kz/article/239544-koronavirustynh-emi-tabylды> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
12. Ақылбай Әділ (2020). «Одақтастар ойынында қазақтың денсаулығы құрбандыққа шалынып кетпесін». *Жас Алаш*, 9 шілде, <https://zhasalash.kz/sayasat/odaqbastar-ojynynda-qazaqtyn-densaulygy-qurbandyqqa-shalynyp-ketpesin-10915.html> Соңғы қаралған күн: 09.12.20.
13. Бейбітшілік Махамбет (2020). «Қазақ ғалымы коронавирустың алдын алатын жақпаймай ойлап тапты». *Қазақстан ұлттық телеарнасы*, 16 наурыз, <https://qazaqstan.tv/news/124427/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
14. Бочарова Маргарита (2020). «Манипуляция | Коронавирускқа қарсы қазақстандық вакцина үздік 200-ке енді». *Factcheck.kz*, <https://factcheck.kz/kaz/basty-bet1/manipulyaciya-koronaviruska-karsy-kazakstandyk-vakcina-uzdik-200-ke-endi> Соңғы қаралған күн: 09.12.20.
15. Елшібай Ғалымжан (2020). «Дәріханаларға еріктілер бекітілген». *Егемен Қазақстан*, 25 шілде, <https://egemen.kz/article/243459-darikhanalargha-eriktiler-bekitilgen> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.

16. Есаман, Хамит (2020). «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат». Егемен Қазақстан, 2 шілде, <https://egemen.kz/article/241099-auru-asqyndy-dari-dgoq-mask-qymbat> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
17. Исабеков Дулат (2020a). «Дүрліккен дүние және бейғам Қазақстан» Qazaq uni, 25 маусым, <https://qazaquni.kz/rukhaniyat/148203-dulat-isabekov-durlikken-dunie-zhane-b> Соңғы қаралған күн: 13.12.20.
18. Исабеков, Дулат (2020b). «Азаттық кімнің сойылын соғып жүр?» Жас Алаш, 14 шілде, <https://zhasalash.kz/sayasat/azattyq-kimnin-sojylyn-sogyp-zhur-11049.html> Соңғы қаралған күн: 13.12.20.
19. Керім Динар (2020a) «Қазақстандық екпе келешегі зор 200 вакцина қатарында». Егемен Қазақстан, 25 тамыз, <https://egemen.kz/article/246562-qazaqstandyq-ekpe-keleshegi-zor-200-vaktsina-qatarynda> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
20. Керім Динар (2020b). «Елордаға 2,5 млн қорап дәрі жеткізілді». Егемен Қазақстан, 25 шілде, <https://egemen.kz/article/243465-elordagha-25-mln-qorap-dari-dgetkizildi> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
21. Керім Динар (2020c). «Нұротандықтар Павлодардағы ауруханаларға Бобров аппараттары мен дәрі-дәрмек жіберді». Егемен Қазақстан, 20 шілде, <https://egemen.kz/article/242978-nurotandyqtar-pavlodardaghy-aurukhanalargha-bobrov-apparattary-men-dari-darmek-d> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
22. Көшербайұлы Жолдасбек (2020). «Ералы Тоғжанов Атыраудағы эпидемиологиялық жағдайды тексерді». Егемен Қазақстан, 25 шілде, <https://egemen.kz/article/243456-eraly-toghdganov-atyraudaghy-epidemiologiyalyq-dgaghdaydy-tekserdi> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
23. Қожанова Жанар (2020). «Ақтөбеде мәйітханалар толып кетті». Malim.kz, 29 маусым, <https://malim.kz/5202/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
24. ҚҰТ (2020a). «Коронавирустан емдеу үшін қымыз қолданылуда». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 4 тамыз, <https://qazaqstan.tv/news/129788/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
25. ҚҰТ (2020b). «Дәрі-дәрмектің негізсіз қымбаттауына жол берілмейді». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 5 шілде, <https://qazaqstan.tv/news/128877/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
26. ҚҰТ (2020c). «Дәріханаларға қажетті дәрі жеткізіліп жатыр». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 7 шілде, <https://qazaqstan.tv/news/128898/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
27. Ли Виктория (2019). «Словарь фактчекера». <https://factcheck.kz/glavnoe/slovar-faktchekera/> Соңғы қаралған күн: 17.12.2020.
28. Маратұлы Досжан (2020). «3 миллион қораптан астам дәрі жеткізіледі». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 4 шілде, <https://qazaqstan.tv/news/129125/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
29. Меделбек Руслан & Қаңтарбай, Жанара (2020). «Дулат Исабеков ‘Билл Гейтс кедей елдерде вакцинамен балаларды өлтіріп жатыр’ дейді. Рас па?» Азаттық радиосы, 08 шілде, <https://www.azattyq.org/a/dulat-isabekov-article-fact-checked/30714109.html> Соңғы қаралған күн: 13.12.20.
30. Нұрақын Қуан (2020). Алматыда дәрі-дәрмек тапшылығы шешімін тапты, Қазақстан ұлттық телеарнасы, 13 шілде, <https://qazaqstan.tv/news/129099/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
31. Нұржанұлы Абай (2020). «Қызылордада коронавирусты емдейтін емші шықты». Malim.kz, 29 шілде, <https://malim.kz/6177/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
32. Сейітхан Амангелді (2020a). «Ар мен нәпсі соғысы жүріп жатыр». Жас Алаш, 14 шілде, <https://zhasalash.kz/sayasat/ar-men-napsi-sogysy-zhurip-zhatyr-11052.html> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.

33. Сейітхан Амангелді (2020b). «COVID-19-ға қарсы қазақстандық вакцина әлемдегі үздік 200 екпенің қатарына қосылды». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 25 тамыз, <https://qazaqstan.tv/news/130363/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
34. Советжанқызы Ирина (2020). «Коронавирус зиратының шындығы қандай?» 31 арна, 21 мамыр, <https://www.youtube.com/watch?v=Ccrh66lGPZc> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
35. Фон Хайн Маттиас & Позднякова, Наталья (2020). «Фейки о коронавирусе: как COVID-19 стал биологическим оружием». Deutsche Welle, 02.04.2020., <https://www.dw.com/ru/фейки-о-коронавирусе-как-covid-19-стал-биологическим-оружием/a-52981908> Соңғы қаралған күн: 17.12.2020.
36. Ығыл Нысаналы (2020). «Емдеу мекемелері дәрі-дәрмекпен толық қамтылады». Қазақстан ұлттық телеарнасы, 14 шілде, <https://qazaqstan.tv/news/129126/> Соңғы қаралған күн: 18.12.2020.
37. Яблоков Илья (2020). Русская культура заговора: Конспирологические теории на постсоветском пространстве, Мәскеу; Альпина Диджиталь.

ҚАЗАҚСТАН ТЕЛЕВИЗИЯСЫНДАҒЫ ТӘУЕЛСІЗ САРАПТАМА: COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ ДЕЗИНФОРМАЦИЯНЫҢ ТАРАЛУЫНА ҚАРСЫ ТҮРУ ФАКТОРЫ

Маргарита Бочарова

Кіріспе

2020 жылғы 11 наурызда Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДДСҰ) коронавирустың жаңа түрінің таралуын пандемия деп танып, 19 мамырда ресми түрде мүше мемлекеттерді COVID-19-бен күрес кезінде «халыққа сенімді әрі толық ақпарат беруге» және «жалған мәліметтердің, қауесет пен дезинформацияның таралуына жол бермеуге» үндеді (WHO, 2020a). 23 қыркүйекте ДДСҰ-мен қатар Біріккен Ұлттар Ұйымы, БҰҰ Балалар қоры, БҰҰ Даму бағдарламасы, ЮНЕСКО, АИТВ/ЖИТС бойынша БҰҰ Бірлескен бағдарламасы, Халықаралық электр байланысы одағы, БҰҰ-ның «Жаһандық пульс» бастамасы мен Қызыл Крест және Қызыл Жарты Ай қоғамдарының халықаралық федерациясы мүше мемлекеттерге мәлімдеме жариялаған болатын. Бұл жолы беделді халықаралық ұйымдар «инфодемияға қарсы іс-қимыл жоспарын әзірлеп, іске асыруға» шақырған (WHO, 2020b). Құжатта инфодемияға «жалған мәлімет тарату мақсатымен шамадан тыс көп ақпарат ұсыну» деп анықтама берген. ДДСҰ инфодемияның тарап кету салдарына диагностикалық тест жүйелерінің қажетсіз болып қалуын, иммунизацияның оң нәтиже бермеуін, вирустың бақылаусыз таралып кетуін, қоғамда қарама-қарсы пікірлердің, жек көру сарынындағы риториканың белең алуын, адам құқықтарын бұзу деректерінің көбеюі мен адам өлімі сияқты жайттарды жатқызған. Зерттеушілердің есебі бойынша, пандемияның алғашқы үш айында коронавирус туралы дезинформацияның кесірінен кемінде 800 адам қайтыс болған, шамамен 5 800 адам ауруханаға түскен (Islam et al., 2020). BBC тілшілері жүргізген зерттеуге сенсек, жалған ақпарат тарату мен адамдарға шабуыл жасау, үй-жайларды өртеу сияқты фактілер арасында байланыс бар (Spring, 2020).

ДДСҰ-ның үндеуіне және коронавирус туралы фейктердің бақылаусыз таралып кетуіне жауап ретінде Қазақстан үкіметі әлемнің басқада көптеген елі қолға алған шараларды іске асыруға кірісті. Сондай елеулі шаралардың бірі Ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінің қолдауымен Stopfake.kz интернет-порталының ашылуы болды (Демесинова, 2020). Ведомство басшысы Аида Балаеваның айтуынша, бұл сайт «жалған ақпараттарға дереу жауап қайтару үшін құрылған» (Айтжанова, 2020). Оның Қазақстан мен Орталық Азияның өзге де елдеріндегі таралу ауқымы қандай екенін фактчекинг жүргізетін үш тәуелсіз редакцияның «Коронавирус, нет, нет, нет» («Коронавирус, жоқ, жоқ, жоқ») атты арнаулы жобасы жақсы айқындап берді (Infodemiya, 2020).

Өкілетті мемлекеттік органнан бөлек, коронавирус туралы фейктерге қарсы күреске көптеген қазақстандық медиа, соның ішінде, телеарналар да атсалысуда. Олардың осы процесте ерекше рөлге ие болғанын қалың көпшіліктің бұрыннан-ақ теледидар арқылы таратылған ақпаратқа сенетінімен және шектеу шаралары енгізілген кезде телевизия арқылы хабардар болу ұмтылысының көбеюімен түсіндіруге болады. Мәселен, Қазақстан аумағында жарияланған төтенше жағдайдың алғашқы апталарында теледидар көру көрсеткіші 22%-ға артқан. Осы ретте айта кетерлігі, пандемияға дейінгі кезеңде әдетте басқа ақпарат көздерін қолданған адамдар (жас топтары) теледидарды бұрынғыдан әлдеқайда көп көретін болған: 18–24 жас аралығындағы адамдардың көрсеткіші 32%-ға, ал 25–34 жас аралығындағы адамдар көрсеткіші 41%-ға өскен. Тұтас алғанда, қазақстандық телеарналардың рейтингі 27%-ға өсті, ауқымы 8%-ға кеңейіп, көру уақыты 12%-ға артты. Сондай-ақ ақпарат бағдарламаларын көру ұзақтығы 42 минутқа артқанын атап өткен жөн. Қазақстандықтар карантинге дейінгі кезеңде жаңалықтардан хабардар болу үшін теледидар көруге уақытының шамамен 9%-ын арнаса, карантин жарияланғаннан бері уақытта 11%-ға ұзарған (Королева, 2020).

Тележаңалықтарды қағыс қалдырмау үрдісі – пандемия басталғалы бері кең тараған жалпыәлемдік тренд. Журналистер бұл үрдісті дезинформацияға қарсы күресу құралы ретінде әрқалай пайдалануға тырысты. Мысалы, Түркияда Teuіt атты тәуелсіз фактчекинг жобасы елдегі ең ірі жаңалықтар арнасының бірі үшін күн сайын коронавирус туралы мифтерді жоққа шығаратын бір минуттық бейнебаян шығаратын болды (Kelly, 2020). Дегенмен телевизия да фейктерге қарсы тұру процесінде көрінеу жалған ақпарат таратып, кері әсерін тигізе алады (Sutu, 2019). Сондықтан қолда бар әрқилы деректер негізінде дезинформацияға қарсы күресте телевизияның рөлі туралы нақты пікір айту мүмкін болмай отыр. Сөз болып отырған проблема дүниежүзіндегі көптеген телеарналар үшін айтарлықтай сын-қатерге айналды, олар енді көрерменге, әсіресе тікелей эфирде болып жатқан жайттар туралы тек сенімді ақпарат жеткізудің жаңа әдіс-амалдарын табуға тырысып бағуда (Fischer, 2020).

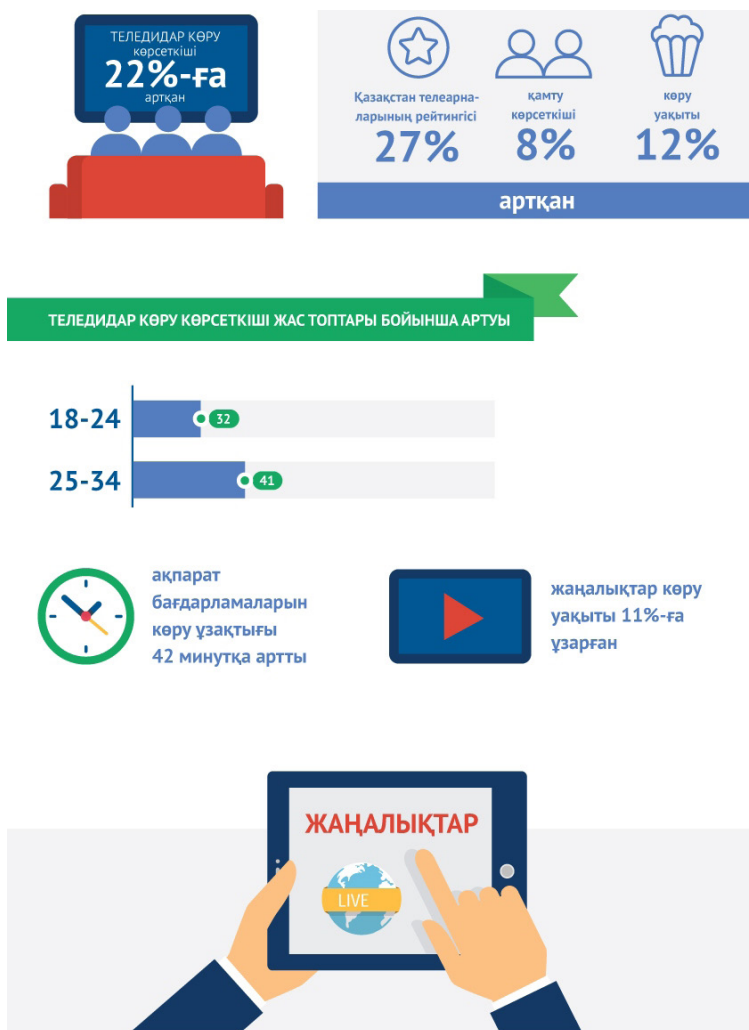
Пандемия басталған кезеңде күн тәртібінде алдыңғы орынға шыққан коронавирус туралы расталмаған, жалған ақпаратқа Қазақстан телеарналары да жауап беруге мәжбүр болды. Осыған жауапты мемлекеттік лауазымды қызметкерлердің ресми түсініктемелері фейктерге төтеп беру құралына айналды. Осы ретте қалың бұқараға сарапшылар мен мамандардың балама пікірлерін де жеткізіп отырудың маңызын жоққа шығаруға болмайды: бұл адамдардың сыни ойлауына, қалыптасқан жағдайды дұрыс талдауына, дұрыс шешім қабылдауына негіз болады.

Бұл жұмыс коронавирус туралы дезинформацияның таралуына қарсы тұру шаралары аясында карантин кезінде теледидарда сөз сөйлеген тәуелсіз сарапшылардың рөлін айқындау мақсатын көздейді.

Әдістеме

Зерттеу нысаны ретінде үш республикалық телеарнаның жаңалықтар бағдарламаларын алдық. Жаңалықтар бағдарламасы жұмыс күндері кешкі прайм-тайм деген дәстүрлі ұғыммен айтқанда, әдетте эфирге көпшілік теледидарға көп көңіл бөлетін 19:00–22:00 уақыт аралығында шығатын еді. Бастапқыда «КТК» мен «Еуразия» Бірінші арнасының ғана контентін

талдау жоспарланған. TNS Kantar деректеріне сенсек, осы аталған екі телеарнаның жаңалықтар бағдарламасы Қазақстан телевизиясында рейтингі ең жоғары бағдарламалар қатарында болған (Королева, 2020).



Екі телеарна да жекеменшік. Бұлардан басқа, зерттеу барысында «Хабар агенттігі» мемлекеттік медиахолдингі құрамына кіретін және іс жүзінде телеспектрдің қарсы бетінде орналасқан, тәулік бойы жұмыс істейтін «Хабар 24» телеарнасының кешкі жаңалықтарына да талдау жасалды. Осылайша аталған телеарналарды рейтингіне ғана емес, сондай-ақ жекеменшік және мемлекеттік арналардың дезинформацияның таралуына қарсы тұру әлеуетіне қарап салыстырып көру үшін де таңдап алдық.

Жұмыс барысында Қазақстан аумағында ресми түрде карантин жарияланған кезеңде, яғни 2020 жылғы 19 наурыз бен 17 тамыз

аралығында зерттеуге таңдап алынған телеарналардың эфиріне шыққан сарапшылардың 339 рет шығып сөйлеген сөзіне сапалы контент-анализ жасалды. Әрбір телекомментарий туралы ақпарат арнаулы кестеге енгізіліп, оның шыққан күні, гиперсілтемесі, маман сөз сөйлей бастағандағы таймкод, сарапшының аты-жөні, оны эфирде қалай таныстырғаны мен айтқан сөзінің қысқаша мазмұны көрсетілді. Содан кейін сарапшылар түсініктемесі (комментарий) 14 тақырыпқа топтастырылды: «Инфодемия», «Экономика/Әл-ауқат», «Дәріханалар/Дәрі-дәрмек», «Білім беру», «Денсаулық сақтау», «Психология/Денсаулық», «Құқықтық тәртіп/Адам құқығы», «Туризм», «Экология», «Жұмыспен қамту», «COVID-19 вакцинасы», «COVID-19-дың екінші толқыны», «Саясат/Мемлекеттік басқару», «Елбасы сөзіне реакция». «Инфодемия» деген шартты атау берілген топқа қоғамда тараған коронавирус туралы мифтерді жоққа шығаратын не растайтын сарапшылардың пікірлері жинақталған.

Зерттеудің қорытынды кезеңінде сарапшылар түсініктемесінде белгіленген тақырыптардың сөз болғанының салыстырмалы үлестері есептеліп, «Инфодемия» деген тақырыптық топқа біріктірілген сөздердің мазмұнына жан-жақты талдау жасалды. Бұл талдау теледидар экранында сөз сөйлеп, пікір білдірген сарапшылардың коронавирус туралы жалған мәліметтің таралуына қарсы тұрудағы шынайы әлеуетін анықтау үшін жасалды.

Нәтижелер

КТК телеарнасы

Талдауға алынған кезеңде КТК телеарнасының эфирінде 122 спикер сөз сөйлеген, оларды ақпарат дирекциясы тиісті саланың білікті мамандары (эксперттер) деп таныстырған. Олар көбіне инфодемия проблемасы (33,6%), қазақстандықтардың экономикалық жағдайының нашарлап бара жатқаны (24,6%) және карантин талаптарын сақтаудың психологиялық аспектілері (8,2%) туралы тақырыптарды қозғаған.

Осы жоба аясында зерттеу нысаны ретінде алынған арналардың ішінде КТК телеарнасында ғана эфирге шыққан сарапшылар коронавирус туралы көрінеу жалған ақпараттың қаптап кеткені жөнінде белсенді пікір айтып, түсінік берген. Вирус жұқтырған алғашқы қазақстандықтар тіркелгеннен кейін көп ұзамай арна редакторлары кешкі жаңалықтарда «Вирусная рассылка» («Вирус жөнінде хабар тарату») атты жаңа айдар ашты. Осы орайда 30 наурыз күні шыққан жаңалықтар бағдарламасының дикторы Светлана Булатова: «Бұл дерт туралы мифтер күн санап артып келеді. Біз солардың негізгілерін теріске шығарамыз», – деген (Мендыбаева, 2020). Содан бергі бірнеше ай ішінде КТК эфиріне шыққан тәуелсіз сарапшылар зімбір, жоғары температура, темекінің түтіні, алкоголь, баста шаштың болмағаны, әлдебір вирусқа қарсы препараттар коронавирустан сақтануға көмектеседі немесе белгілі бір қан тобындағы адамдарға вирус жұқпайды деген мифтерді жоққа шығарып үлгерді. Бұған қоса, мамандар «Бактерияларға қарсы сабын ерекше тиімді құрал ма?»; «Бетперде тағып жүрудің қауіпті-қауіпсіз екені»; «Кондиционердің қауіпі және жерлеу рәсіміне қатысқанда вирус жұқтыру қауіпі»; «Вирустың әртүрлі зат бетінде сақталуы»; «Екі жасқа толмаған балаларға бетперде тағу керек пе?»; «Коронавирус дертіне шалдыққандар саны туралы ресми статистикалық

деректерде қате мәліметтің болуы» сияқты сұрақтарға да қатысты нақты түсініктеме берген.

Инфодемия туралы сюжеттерді әзірлеген журналистер көбіне Дмитрий Еделев деген сарапшының пікіріне (барлық 41 түсініктеменің 8-і) жүгінген. Әуелде бұл спикерді «Здоровье нации» («Ұлт саулығы») атты ұлттық жобаның президенті деп, кейін жай ғана медицина ғылымдарының докторы деп таныстыратын болды. Еделев мырза – Ресей Федерациясының азаматы, Мәскеудегі медициналық орталықтардың бірінің жетекшісі.

Вирустық сипаттағы хабар тарату жайлы тағы бес сюжетте отандық эпидемиолог ғалым Сәкен Әміреев қалыптасқан жағдайға байланысты пікірайтқан. Бұл маман академиялық ортада танымал, оны «Қазақстандағы эпидемиология мектебінің негізін қалаушы» деп санайды (Kaznmu, 2020). Сондай-ақ журналистер Перуза Арықова, Динагүл Баешева, Ләззат Ералиева сынды инфекционистер мен медицина ғылымдарының кандидаты Рафаил Қыпшақбаевтың пікірін келтіріп, дәйексөз берген.

Айта кетер жайт, КТК телеарнасының эфирінде сөз сөйлеген сарапшылардың конспирологиялық теорияларға сілтеп, расталмаған деректер келтірген кезі көп болмады. Мысалы, 8 мамырда шыққан сюжеттердің бірінде ОСА қоғамдық бірлестігінің жетекшісі Руслан Лазутаның коронавирус туралы: «Бір топ адам қас пиғылмен астыртын сөз байласқан. Олар Жерді «бір тазартып» алуға бел байлағанға ұқсайды», – деп айтқан сөздері келтірілген (Криштоп, 2020). Басқа бір сюжетте жоғарыда аталған Еделев мырза далада бетперде тағып жүрудің қауіпті екенін жеткізуге тырысқан: бұл адамның тыныс алуына кедергі келтіріп, өкпеде инфекциялық аурудың пайда болуына әкеп соғады-мыс (Поляница, 2020). Шын мәнінде, дәл осындай жағдай болмас үшін ДДСҰ бетпердені дене шынықтыру жаттығуларын жасаған кезде ғана тақпауға кеңес береді (WHO, 2020с).

«Еуразия» Бірінші арнасы

Карантин жарияланған кезеңде телеарна эфирінде сарапшылар 97 рет пікір білдіріп, көпшілігі коронавирус жайлы дезинформация тарату тақырыбында сөз қозғаған (28,9%). Екінші ретте журналистер сарапшылардан республикадағы экономикалық ахуалдың нашарлап бара жатқаны (14,4%) және денсаулық сақтау жүйесінің төтенше жағдайдағы қызметі және осы саладағы проблемалар туралы (14,4%) ойын сұраған.

Телеарна редакциясы коронавирус жайындағы қауесет пен мифтерді теріске шығару мақсатымен арнайы жоба жасамай-ақ, бұл мәселені күн тәртібіндегі басқа да мәселелер жөнінде хабар таратқанда қамтыған. Осы тақырыптың түрлі аспектілеріне қатысты пікір білдіргендердің көбі – өзіміздің мамандар, олардың ішінде кімнің эфирге көп шыққанын анықтау мүмкін болмай отыр. Арнаға сұхбат берген спикерлер қатарында педиатр дәрігер Раушан Құлжабаева, эпидемиолог Манар Смағұл, иммунолог Самал Мадиярбек, медицина ғылымдарының докторлары Мира Түндібаева, Венера Исраилова, Раушан Қарабаева және Халида Шәріпова бар.

Өткен бес ай ішінде «Еуразия» телеарнасының эфиріне шыққан мамандар аудиторияны дертке қатысты нақты деректі әлеуметтік

желілерден емес, дәрігерлерден білуге, коронавирустың жоғары температураға аса сезімтал, осал екеніне және желкектің коронавирустан сақтайтынына сенбеуге, бактерицидті кварц шамдарын көп қолданбауға, өз бетіммен емделемін деп, бірнеше медициналық препаратты бақылаусыз қолдануды тоқтатуға үндеді. Дегенмен кешкі жаңалықтарға шыққан сарапшылар мессенджерлер мен әлеуметтік желілерде тараған фейктерге қатысты сол күйі түсініктеме бермеді. Тәуелсіз спикерлердің фактілерге негізделмеген деректер келтірген кездері де болды.

Мәселен, қоғам қайраткері Рүстем Жансейітов тележурналистерге Қазақстанда коронавирусты, негізінен, балалар тасымалдап жұқтыратынына сенімді екенін мәлімдеген (Евразия, 2020a). Иммунолог дәрігер Рафаил Розенсон болса, коронавирустың салдарынан ерлер белсіздікке душар болады деген дәлелсіз пікір айтқан (Евразия, 2020b). Телеарна эфирінде реабилитолог дәрігер Айна Бакееваның отандық медициналық мекемелерде коронавирусқа шалдыққан науқастарды емдеудің тактикасы дұрыс емес деп айтқаны бар вирустық бейнежазбаның үзіндісі де көрсетілген (Евразия, 2020c). Көп тараған, кейін прайм-тайм кезінде көрсетілген тағы бір видеоның кейіпкері – ресейлік тележүргізуші Елена Малышева. Оның айтуынша, коронавирус балаларға қауіпті емес (Евразия, 2020d). Телевизия мамандары экстрасенс Виктор Александровскийге де ерекше назар аударды, телеарна эфиріне шыққан ол бұл дағдарыс ұзаққа созылады және коронавирус вакцинасы жуырда шықпайды деген (Евразия, 2020e).

«Хабар 24»

Карантин күшінде болған кезеңде мемлекеттік телеарна эфирінде қазақстандық және шетелдік сарапшылар 120 рет пікір білдіріп, түсінік берген. Көбі инфодемия тақырыбын қозғаған (25,8%), қалған түсініктемелер экономиканың (13,3%), денсаулық сақтау жүйесінің қазіргі жай-күйін талдауға (11,7%) және коронавирусқа қарсы вакцина жасау мәселесіне (11,7%) арналған еді.

Бұл арнаның КТК мен «Еуразияға» қарағандағы басты ерекшелігі – өзге ел сарапшылары айтқан пікірлердің көбірек болуы. Мәселен, коронавирус туралы дезинформацияның таралуына қатысты жаңалықтарға телеарна эфирінде ДДСҰ өкілдері, аурулардың алдын алу және бақылау жөніндегі Еуропалық орталық басшысы, АҚШ-тың бас эпидемиологі, Қытайдың жетекші эпидемиологі, Израиль дәрігерлері, ресейлік патологоанатом, Оксфорд университетінің профессоры, Лондон Король колледжінің сарапшысы түсінік берген. Мамандар коронавирустың қаптамалар арқылы берілетінін жоққа шығарып, бетперде тағу қажеттігін негіздеп берді, коронавирус пен пневмония туралы статистикалық деректерді неге біріктіру керегін түсіндірді, гидроксихлорохиннің инфекцияға қарсы тиімді құрал екенін терістеді, болашақ вакцина және оның тиімділігі туралы қандай да бір нақты мәліметтің жоқ екеніне назар аударып, коронавирусты емдеуге арналған күшті дәрі-дәрмектерді дәрігер ғана жазып беруі керек екенін атап өтті.

Ал қазақстандық сарапшылар мемлекеттік телеарна эфирінде көбіне коронавирус жайлы фейктердің елімізде тараған нұсқаларына қатысты пікір білдірумен болды. Тамақтану саласының маманы Нұршуақ Нұрсадықовтың айтуынша, ашыған сүт өнімдерін байқап тұтыну қажет

(Хабар 24, 2020а). ҚҰМҰЗ қазақ-неміс зерттеу институтының жетекшісі Айтуған Мұқашев саумал ішудің денсаулыққа пайдасы туралы айтып берді (Хабар 24, 2020b). Маманның ақыл-кеңесімен қатар инфекциядан сақтанамыз деген қазақстандықтардың жаппай қымыз бен саумал сатып алып жатқаны туралы сюжеттер көрсетілді. Қазақ тағамтану академиясының президенті Төрегелді Шарманов пневмонияны емдеу үшін құйрықмайды шамадан тыс көп пайдаланбауға кеңес берді (Хабар 24, 2020с). Медициналық университеттің профессоры Светлана Плясовская тамақтану мен коронавирустың байланысы туралы бір сюжеттің тіпті негізгі кейіпкеріне айналды: түсіру тобымен базар аралап шыққан ол лимон мен зімбір вирусты өлтіре алады деген жаңсақ пікірді жоққа шығарды (Хабар 24, 2020d). Аллерголог-иммунолог Гаухар Симбиева телеаудиторияны вирусты жою үшін үй-жайды адыраспанмен аластаудың орнына иммунитетті нығайтатын амалдарға ден қоюға шақырды (Хабар 24, 2020e).



коронавирус жайлы дезинформация тарату тақырыбы (28,9%)



республикадағы экономикалық ахуалдың нашарлап бара жатқаны (14,4%)



денсаулық сақтау жүйесінің төтенше жағдайдағы қызметі және осы саладағы проблемалар туралы (14,4%)



инфодемия проблемасы (33,6%)



қазақстандықтардың экономикалық жағдайының нашарлап бара жатқаны (24,6%)



карантин талаптарын сақтаудың психологиялық аспектілері (8,2%)



инфодемия тақырыбы (25,8%)



экономиканың жүйесінің қазіргі жай-күйін талдау (13,3%)



денсаулық сақтау жүйесінің қазіргі жай-күйін талдау (11,7%)



вакцина жасау мәселесі (11,7%)

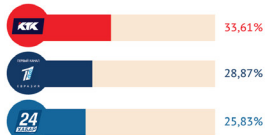
Талқы

Қазақстандық үш телеарнаның жаңалықтар контентін талдау арқылы белгілі болғандай, редакциялар, мүмкіндіктің бар екеніне қарамастан, дезинформацияға қарсы күресте сарапшылар көмегіне жиі жүгіне бермейді. Көп жағдайда сарапшылар болған оқиғаларға қатысты пікір білдірумен, мемлекеттік органдардың әрекетіне/әрекетсіздігіне қосымша түсініктеме берумен не оларды сынап-мінеумен ғана шектеледі. Мұның себебі, бәлкім, телеарналардың сол күні болған жайттарды талдап, дұрыс-бұрысын ажыратып, болжам құруға емес, жаңалық ретінде айтып, жай ғана мәлімет беруді көздегенімен байланысты болар.

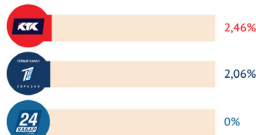
Қазақстан аумағында COVID-19 пандемиясына байланысты төтенше жағдай кезінде республикалық телеарналардағы сараптамалық пікірлердің тақырыбы



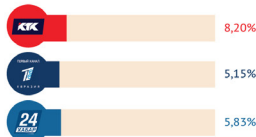
Инфодемия



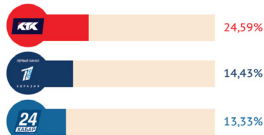
Дәріханалар | Дәрі-дәрмек



Психология | Денсаулық



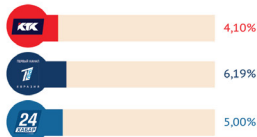
Экономика | Әл-ауқат



Денсаулық сақтау

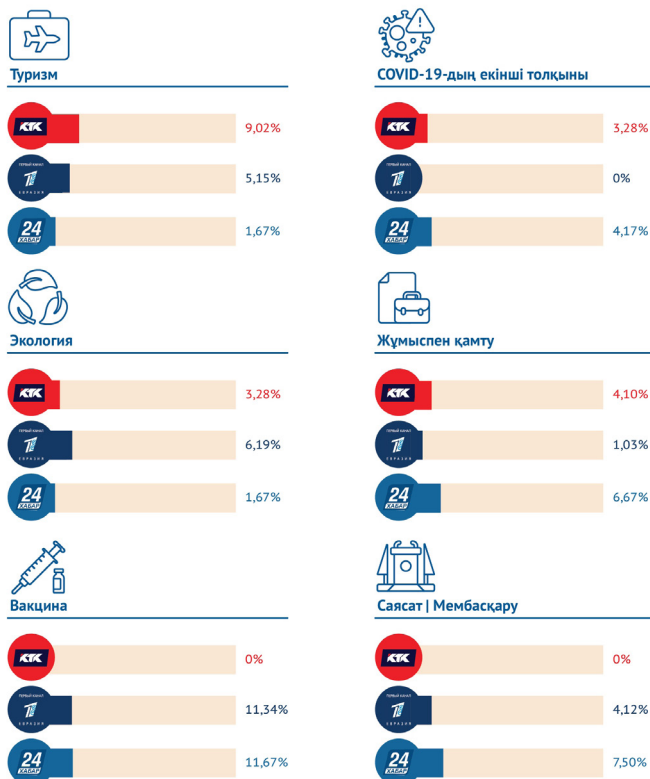


Құқықтық тәртіп | Адам құқығы



Осы ретте қазір ақпараттың таралу жылдамдығы мен телевизиялық өндірістің қарқыны бірдей емес екенін атап өткен жөн. Журналистердің сарапшылармен мазмұнды сұхбаттасып, қандай да бір мәселеге балама көзқарастың бар екенін толыққанды жеткізуге мүмкіндігі жоқ. Телевизияда

мұндай шаруаға бейімделген ақпараттық-талдау форматтары бар. Бұдан кейінгі зерттеулерде сондай бағдарламалардың мазмұнын талдап, олардың фейктің таралуына төтеп беруге деген әлеуетін анықтап көрген орынды болар еді.



Осы орайда мемлекеттік телеарнаға қарағанда, COVID-19 туралы жалған ақпараттың таралуына қарсы күреске жекеменшік телеарналардың әлдеқайда белсенді араласқанын атап өткен жөн. Мұны КТК мен «Еуразия» Бірінші арнасының айтарлықтай үлкен аудитория жинап алғанымен түсіндіруге болар. Көрсеткіштер көп болған кезде қажеттіктің де әртүрлі болатынын – мұндайда коронавирустың алдын алу және оны емдеу жолдары, вирустың шығу тегі, мутациясы мен таралу қарқыны туралы сенімді ақпаратқа да сұраныс болатынын ескеруге тура келеді. Бұл мәселеде «КТК» арнасы жаппай тараған вирустық хабарламалардың контентіне мән берді, осы тәсілді «Еуразия» телеарнасы да қолданып, сарапшысымақтар таратқан вирустық видеоларға назар аударды. Ал халықаралық сарапшыларды көптеп тартқан «Хабар 24» арнасы жергілікті аудиторияның айтарлықтай қызығушылығын тудыра алмады.

Өкінішке қарай, сарапшылардың телетүсініктемелерін талдау нәтижесі көрсеткендей, коронавирус туралы кең тараған мифтердің жоққа шығарылғанына қарамастан, көрсеткіштер, әсіресе жекеменшік

телеарналардың аудиториясы, шындыққа жанаспайтын мәлімдемелерді есіткен кездер де болды. Мұның ең қауіптісі сол – көрермен сарапшы айтқан пікірді еш күмән келтірмей, сын көзбен қарамай қабылдай салады. Аудитория беделді адамның ойын фактілер мен нақты дәйектерден жоғары қойып, логикалық тұзаққа түсіп жатады (Шишкин, 2018). Осы ретте тележурналистердің негізгі міндеті – сарапшының эфирде айтатын деректерін алдын ала мұқият тексеріп, растап алу. Қазақстанда фактчекингпен айналысатын алғашқы және әлі күнге дейін жалғыз тәуелсіз ресурстың бас редакторы Павел Банниковтың айтуынша, отандық масс-медиа өкілдері фактілерді тексеру дағдысын әлдеқашан жоғалтып алған: «Журналистік стандарттар еленбей қалған шақта БАҚ арқылы дезинформация тарала бастады, ал редакциялық стандарт аяқасты етілген шақта бұл үрдісті барлық редакциялардан байқауға болады» (Калмурат, 2020).

Қорытындылар

Зерттеу барысында үш телеарнаның күнделікті қорытынды/кешкі жаңалықтар шығарылымы талданды. «Хабар 24» арнасында тәуелсіз сарапшылар барлығы 120 рет сөз сөйлеп, пікір білдірген, «Еуразия» Бірінші арнасында – 97 рет, «КТК» арнасында – 122 рет. Талдауға Қазақстан Республикасында ресми карантин жарияланған 2020 жылғы 19 наурыз бен 17 тамыз аралығындағы материалдар алынды. Сарапшының түсініктеме беріп, эфирге шыққан күнімен бірге, спикердің аты-жөні, лауазымы және айтқан пікірінің қысқаша мазмұны көрсетілді. Содан кейін сарапшы синхрондарының бәрі талқыланған тақырыпқа сай бірнеше санатқа топтастырылды. Сарапшылар дискурсында сөз болған тақырыптардың үлесін есептеу нәтижелерінен белгілі болғандай, эфирге шыққан сарапшылар пікірінің үштен бірі коронавирус төңірегіндегі фейктер мен коспирологиялық теорияларға төтеп беру сипатында болған («КТК» (33,6%) мен «Еуразия» Бірінші арнасы» (28,8%) телеарналарында), ал «Хабар 24» арнасында ғана бұл көрсеткіш төрттің біріне тең (25,8%).

Айта кетерлігі, COVID-19 пандемиясы мен оның салдары туғызған инфодемия қазақстандық телеарналардың контентінде қандай да бір өзгерістің болуына негіз бола қойған жоқ, қауіпті дезинформацияға қарсы күреске барынша атсалысуға түрткі бола алмады. Журналистер мен қоғам ықпалының нәтижесінде фейктерге қарсы ең ауыр жүк өкілетті мемлекеттік органдардың мойнына артылды. Телевизия болса, ресми үндеулер мен жолдаулардың ретрансляторы рөлін ғана атқарды. Жалған ақпараттың таралуына тосқауыл қоюға қабілетті көптеген білікті маманның басын қосуға мүмкіндік болғанына қарамастан, телеарналар коронавирус жайлы алыпқашпа әңгімелерді теріске шығарумен ғана шектелді.

Танымал жекеменшік телеарналар әлеуметтік желілер мен мессенджерлерде тараған хабарламалардың ақ-қарасын ажыратуда біраз жақсы нәтиже көрсеткен, дегенмен олар да кейде коронавирус жайлы расталмаған деректерге сілтеме жасап отырған. Бұл – редакцияның тиісті дәрежеде фактчекинг жүргізбейтінінің айғағы. Коронавирус пандемиясы сияқты дағдарыс жағдайында шамадан тыс көп таратылатын ақпарат ағынына төтеп беру үшін, біздің ойымызша, төмендегідей шараларды қолға алған жөн:

- арнаулы білім беру бағдарламалары мен тренингтер өткізіп, отандық телеарналар қызметкерлерінің фактчекинг жасау дағдылары мен медиасауатын жетілдіру;
- (болмаған жағдайда) тиісті редакциялық стандарт әзірлеу немесе қолданыстағы нормаларға жаңалықтар телесюжеттерін дайындау барысында фактілерді растау әдістемесінің қатаң орындалуын қамтамасыз ететін ереже енгізу;
- тележурналистердің сарапшылар мен әртүрлі саланың кәсіби мамандарымен жүйелі түрде ынтымақтаса жұмыс істеуіне жағдай жасау (мысалы, сарапшылар пікір айтатын арнаулы бағдарламалар ұйымдастыру немесе маманмен телестудияда бетпе-бет тілдесу).

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Fischer, Sara (2020). «Media prepares to fact check debates in real time». Axios. <https://www.axios.com/media-prepares-to-fact-check-debates-in-real-time-3c451832-2f9f-43b1-9182-c516580c6697.html> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
2. Infodemiya (2020). «Спецпроект «Коронавирус, нет, нет, нет». <http://infodemiya.tilda.ws/> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
3. Islam, Md Saiful., Sarkar, Tonmoy., Khan, Sazzad Hossain et al. (2020). «COVID-19-Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis». The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103(4): 1621–1629.
4. Kaznmu (2020). «Основоположника школы эпидемиологии Казахстана Сакена Амиреева поздравили с юбилеем». <https://news.kaznmu.kz/основоположника-школы-эпидемиологии> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
5. Kelly, Tara (2020). «How COVID-19 made Teyit rethink their fact-checking for the small screen». Poynter. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-covid-19-made-teyit-rethink-their-fact-checking-for-the-small-screen/> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
6. Spring, Marianna (2020). «Coronavirus: The human cost of virus misinformation». <https://www.bbc.com/news/stories-52731624> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
7. Sutu, Rodica Melinda (2019). «Fake News, from Social Media to Television Case Study of the Romanian Presidential Elections 2019». Styles of Communication. 11(2): 81-92.
8. WHO (2020a). «Резолюция семьдесят третьей сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения WHA73.1 о борьбе с COVID-19». https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA73/A73_R1-ru.pdf Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
9. WHO (2020b). «Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации». <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
10. WHO (2020c). «Рекомендации ВОЗ для населения в связи с распространением нового коронавируса (2019-nCoV): мифы и ложные представления». <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
11. Айтжанова, Ботароз (2020). «СМИ и фейки. Интервью министра Аиды Балаевой». Tengrinews, <https://tengrinews.kz/article/smi-i-feyki-intervyu-ministra-aidyi-balaevoy-1503/> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
12. Демесинова, Айдана (2020). «Сайт для борьбы с фейками StopFake запустили в Казахстане». Казахстанская правда, <https://www.kazpravda.kz/news/obshchestvo/sait-dlya-borbi-s-feikami-stopfake-zapustili-v-kazahstane> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
13. Евразия (2020a). «Главные новости. Выпуск от 07.08.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/august-2020/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
14. Евразия (2020b). «Главные новости. Выпуск от 26.06.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/june-2020/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
15. Евразия (2020c). «Главные новости. Выпуск от 07.07.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/july-2020/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
16. Евразия (2020d). «Главные новости. Выпуск от 16.04.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/april-2020/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.

17. Евразия (2020е). «Главные новости. Выпуск от 02.06.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/june-2020/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
18. Калмурат, Аян (2020). «Панику снизит только открытость властей». Почему люди верят фейкам?» <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-coronavirus-fact-checking/30498812.html> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
19. Королева, Ольга (2020) «Телесмотрение и реклама в Казахстане в эпоху COVID-19». NR, <https://newreporter.org/2020/05/05/telesmotrenie-i-reklama-v-kazaxstane-v-epoxu-covid-19/> Соңғы қараған күні: 12.11.2020.
20. Криштоп, Ирина (2020). «Массовое чипирование: почему казахстанцы верят в фейки». КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/05/08/147777/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
21. Мендыбаева, Алтын (2020). «Имбирь взлетел в цене в 10 раз, но стоит ли тратиться?» КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/03/30/143547/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
22. Поляница, Ксения (2020). «Медики и юристы выступили против ношения масок на улице». КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/07/31/155145/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
23. Хабар 24 (2020а). «Выпуск новостей 20:00 от 20.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/410612-vypusk-novostej-20-00-ot-20-07-2020> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
24. Хабар 24 (2020b). «Выпуск новостей 20:00 от 10.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/408540-vypusk-novostej-20-00-ot-10-07-2020> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
25. Хабар 24 (2020с). «Выпуск новостей 20:00 от 14.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/409307-vypusk-novostej-20-00-ot-14-07-2020> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
26. Хабар 24 (2020d). «Выпуск новостей 20:00 от 09.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/408152-vypusk-novostej-08-00-ot-08-07-2020> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
27. Хабар 24 (2020е). «Выпуск новостей 20:00 от 21.03.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/382402-vypusk-novostej-14-00-ot-21-03-2020> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.
28. Шишкин, Дмитрий (2018). «Основы формальной логики: как не дать собой манипулировать. Часть III». <https://factcheck.kz/metodika-fch/osnovy-formalnoj-logiki-kak-ne-dat-soboj-manipulirovat-chast-iii/> Соңғы қараған күні: 13.11.2020.

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛДАРЫНДАҒЫ COVID-19 ДИСКУРСЫ: ДЕЗИНФОРМАЦИЯ МЕН МИСИНФОРМАЦИЯ

Айдана Тлеулесова

*Біз пандемияға ғана емес,
инфодемияға да қарсы күресудеміз.
Жалған мәлімет вирустан да тез
таралады, мұның да қаупі
айтарлықтай.*

*Тедрос Аданом Гебрейесус
ДДСҰ Бас директоры*

Кіріспе

Коронавирус пандемиясы тұсында бұқаралық ақпарат құралдарына (БАҚ) жүгінетіндер саны артып келеді. БАҚ күнделікті өмірдегі маңызды бірден-бір ақпарат көзіне, сондай-ақ әлеммен байланысқа шығу құралына айналды. Интернет пен БАҚ-тың адам өміріндегі оң әсері төңірегінде ұзақ әңгімелеуге болады, дегенмен БАҚ ықпалды күш бола тұра, қасақана болсын-болмасын, жалған мәлімет тарату, ақпаратты бұрмалау арқылы қоғамды адастыруы, осылайша оқырмандардың айналадағы оқиғалардан хабардар болу деңгейіне әсер етуі де әбден мүмкін. Бұл зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы мемлекеттік емес интернет порталдардағы COVID-19-ға қатысты орыстілді дискурсты мұқият талдау арқылы астыртын сөз байласу теорияларын (конспирологиялық теориялар) және дезинформация мен мисинформация болуы ықтимал жайттарды анықтау.

Дезинформация (мисинформация) – қазіргі қоғамның жаһандық проблемасы. Түрлі айла-амал арқылы аудиторияға өз ықпалын жүргізуге мүдделі тараптар интернеттің шексіз мүмкіндіктерін пайдалана отырып, адамдар арасында күдік, үрей сезімін тудыруға, нәсілшілдікті қоздыруға бағдарланып не сапасы мен түпкі мақсаты күмәнді өнімдерді сатуды көздеп, жалған ақпарат (фейк жаңалықтар) немесе спам жасайды. Біріккен Ұлттар Ұйымының бас хатшысы Антониу Гутеррештің айтуынша, «цифрлық әлемнің жағымсыз, қараңғы тұсы» – ақырзаманның бір белгісі (Жаңа Өсиетте аталатын Заманақырдың төрт салт аттысының, яғни ақырзаман хабаршыларының бірі). Бұған қоса, Гутерреш жаңа технологиялар алауыздық тудыру, фейк тарату және басқа да қылмысты іске асыру үшін қолданылуда дейді (UN, 2020).

Бір өкініштісі, БАҚ пен интернет-порталдар ұдайы сенімді ақпарат тарата бермейді. Бреннан мен басқа да зерттеушілердің (Brennan et al., 2020) пайымынша, пандемиямен байланысты дезинформация қоғам саулығына нұқсан келтіруде. Сонымен қатар көптеген зерттеу нәтижесі көрсеткендей, дүниежүзінде COVID-19-ға қатысты жалған ақпарат таратқанына БАҚ жауапты (Russonello, 2020).

Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДДСҰ) бұрын мәлімдегендей, COVID-19 төңірегіндегі «инфодемия» және конспирологиялық теориялар, алыпқашпа әңгімелер мен мәдени стигмалар вирус сияқты тез таралып, өлім-жітімнің, сырқаттардың көбеюіне негіз болып отыр. Зерттеу авторларының сөзінше, жалған деректің құрбаны болған адамдардың көбі сенімді медициналық ақпарат болып көрінген ақыл-кеңестерге иланған. Мысалы, инфекцияның алдын аламыз деп, шамадан тыс сарымсақ жеген не дәрумен ішкендер де болған екен. Зерттеушілер мұндай әрекеттер денсаулыққа зиян келтіреді дейді (BBC, 2020).

Американың тропикалық медицина және гигиена журналында жарық көрген бір зерттеуде (Islam et al., 2020) әлеуметтік желілердегі коронавирус туралы жалған ақпараттың салдарынан 5800-ге жуық адамның науқастанып, ауруханаға түскені айтылады. Көп адам метанол немесе құрамында спирті бар тазартқыш сұйықтар ішіп көз жұмған. Олар бұл өнімдер вирустан қорғайды деп сенген. Осы ретте нақты қанша адамға нұқсан келгенін біле алмауымыз да мүмкін, өйткені, мәселен, Иранда метанолдан уланып өлгендер саны көп деп айтылғанмен, мұндай деректерді тексеріп біле алмайсыз.

Сол себепті бұл зерттеудің мақсаты – қазақстандық веб-порталдарда осы тақырыпқа қатысты дезинформация мен мисинформацияның бар-жоғын тексеру. Негізгі зерттеу сұрақтары мыналар:

- 1) Коронавирус пандемиясының инфодемияның өрістеуіне жағдай туғызғанын қалай түсіндіруге болады?
- 2) Жалған ақпарат неге тез таралады?
- 3) Дезинформацияның алдын алудың жолдары бар ма?
- 4) Қазақстандық медиа-құралдарда не басым: мисинформация ма әлде дезинформация ма? Бұған не себеп?

Біз жүргізген зерттеудің міндеті – Қазақстанның веб-платформаларында жалған, күмәнді мәліметтің таралуына жол бермеу, аталған интернет-платформалардың жауапкершілігі мен жұмыс сапасын арттыру, Қазақстан азаматтарын БАҚ-тағы ақпаратқа сын көзімен қарауға баулып, медиасауатын арттыруға үлес қосу.

Эпиграф ретінде Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының (ДДСҰ) бас директоры Т.Гебреисустың 2020 жылы ақпан айында айтқан сөзін келтірдік. Ол инфодемияны, яғни пандемия кезіндегі жалған ақпараттың таралуын тілге тиек еткен. Айта кетерлігі, мұндай жағдайда дезинформацияның тақырыбы ғана өзгеріп отырады (коронавирус, Эбола безгегі, президент сайлауы, саяси төңкерістер, ғаламдық жылыну немесе әлдебір әкімнің ауысуы, мектептерді жабдықтау, бетперде тапшылығы сияқты дүниежүзілік сипатқа ие емес жергілікті оқиғалар).

Халықты жаңылыстыратын ақпарат тарату үрдісі бізге таңсық емес. Сонау Кеңес Одағында жалған ақпаратқа қарсы тұруды емес, керісінше,

әдейі фейк жаңалықтар жасап таратуды көздеген үгіт-насихат жүйесі болған (Manning & Romerstein, 2004). Бүгінде үндеу мен дезинформацияға қарсы күресіп жүрген көптеген институт бар. Олар ақпараттың сенімді немесе сенімсіз екенін және оның бастапқыда қайдан шыққанын тексеріп, мұқият талдайды. Бұл жоба аясында Қазақстан қоғамының медиасауатты болуына кішкене болса да үлес қосып, шынайы ақиқатқа жақындату мақсатымен дезинформацияны (мисинформацияны) анықтауға талпыныс жасадық.

Мақала мазмұны былай құрылған: кіріспе бөлімде зерттеу мәселесі, мақсаттары мен міндеттері көрсетіліп, дезинформация мен COVID-19 дискурсына қатысты әдебиеттерге шолу жасалған. Келесі бөлімде зерттеу және деректерді талдау әдістерінің жан-жақты сипаттамасы беріліп, талдау нәтижелері, материалдары мен құралдары, сондай-ақ шектеулері сөз болады; осыдан кейін зерттеу нәтижелері таныстырылып, берілген нәтижелердің қайдан шыққаны түсіндіріледі. Қорытынды бөлімде БАҚ-тағы дезинформацияның таралу себептері айқындалып, жалған ақпаратқа қарсы тұру жөнінде ұсыныстар, осы зерттеудің қоғамға тигізетін пайдасы туралы айтылады.

Материалдар және зерттеу әдісі

Фейк жаңалықтар – адамдардың өзара араласуының, тілдесуінің дағдарысқа ұшырағанының көрінісі. Мұндай жаңалықтар жағдайды асқындырып, татулықты бұзып, алауыздыққа себеп болады. Цифрлық коммуникациялар мен әлеуметтік желілер дәуірінде жалған ақпараттың таралуына еш кедергі жоқ: әлемге қас қағым сәтте таралып үлгереді. Бұл үрдісті әркім әрқалай атайды: дезинформация, мисинформация, жалған хабар, қате хабар, қауесет; қалай атасаңыз да, бары – осы бір мәселе. Әлемді COVID-19 пандемиясы дүрбелеңге салды, барлық елге қай тұрғыдан болса да залал келтірді, жарты миллион адам қаза тапты. Денсаулық жайы бәрімізді алаңдатады, не боларын ешкім нақты білмейді, бұл үрдіс инфодемия деген жаңа бір құбылыстың («информация» мен «эпидемия» сөздерінен құралған термин) пайда болуына түрткі болды. Бұл екі ұғым әрдайым қатар жүреді. Мұндай жағдайда дұрыс ақпарат та, жалған ақпарат та көп болатыны анық. Сенімді ақпарат дағдарыс салдарын жеңілдетуі, ал жалған ақпарат оны ұшықтырып жіберуі мүмкін.

Пандемия басталғаннан бері жалған мәлімет, қауесет, конспирологиялық теорияларды көп таратқан ақпарат құралдары аз емес. Табыс қуған мұндай ақпарат құралдары вирустың шығу тегі, қасиеттері мен оған қарсы профилактикалық шаралар туралы сан алуан фейктер жариялаған. Бұл жайт – халық «ертеңім не болмақ?» деп дүрліккен шақта, хаос кезінде алыпқашпа әңгімелердің тез таралатынының жарқын мысалы. Жалған хабарға нанған адам сол мәліметті туған-туыстарына, жақындарына таратады. Біз танысымыз айтқан нәрсеге сенуге бейіміз, дезинформация осылай етек жаяды (BBC, 2020a).

ДДСҰ-ның коронавирус пандемиясы инфодемия сияқты қарқынды таралуда деген мәлідемелеріне сүйеніп, инфодемияның шығу тегін вирустың шығу тегі, таралу ауқымы, қоғамға төндіретін қаупі және таралу жолдарымен салыстыруға болады деп қорытынды жасауға болады. Инфодемия да вирус сияқты адамнан адамға жұғады. Демек, ақпараттың таралуына аудиторияның өзі де атсалысады. Қандай да бір ақпаратты

тарату процесінің ақпарат беретін және оны қабылдайтын тарап арасындағы үздіксіз байланыстан тұратынын атап өткен жөн.

Фейк дегеніміз – дезинформатор көздеген мақсатқа сай ойдан шығарылған жалған ақпарат. Фейк ақпаратқа сенген қалың бұқара пікірінің өзгеруі дезинформатордың діндеген мүддесіне жетіп, мақсатының орындалғанын білдіреді. Яғни қоғамның психологиялық манипуляцияға ұшырағаны. Д.А. Волкогонов психологиялық манипуляциялардың үш деңгейін айқындап берген (Волкогонов, 1983):

1. Адам санасындағы бұрыннан бар ұстанымдар, мұраттар, құндылықтар мен нормалардың тұрақтанып, беки түсуі;
2. Әлдебір оқиға, үрдіс немесе фактіге көзқарастың өзгеруі, бұл, өз кезегінде, нақты бір құбылысқа қатысты саяси позиция мен эмоциялық ұстанымға да әсер етеді;
3. Қандай да бір әсерлі, тосын, жаңа, күйзеліске түсіретін деректер мен мәліметтер ықпалымен өмірлік ұстанымдардың түбегейлі, түпкілікті өзгеруі.

Бұған қоса, Д. А. Волкогонов атап өткендей, қандай болмасын манипуляцияны ойдағыдай іске асырудың маңызды факторы – адамның ақыл-санасына емес, сезіміне әсер ету. Сол себепті осы зерттеуге арқау болған мақалалардың көбінің эмоциялық реңк (тональдық) коэффициенті жоғары. Мұндай мақалалар оқырман бойында белгілі бір эмоцияның тууына түрткі болып, санаға емес (психика цензурасынан аттап өтіп) бірден түпсанаға әсер етеді. Салдарынан оқырман түпсанасында тиісті мінез-құлық үлгісі қалыптасады, адамның пікірі өзгереді. Демек, дезинформатор қалаған мақсатына жетеді.

Бұл процесті дұрыс түсіну үшін «дезинформация» мен «мисинформация» ұғымдарына анықтама беріп өтейік. Дезинформация – «ақпаратты қабылдайтын тұлғаны жаңылыстыру мақсатында көрінеу жалған, бұрмаланған, қате мәлімет беру» (Райзберг et al., 1999). Яғни қасақана жалған ақпарат тарату. Дезинформация салдарынан әдетте қоғамда алауыздық, қайшылық туындайды. Дезинформация бір ғана мақсатты көздейді – қарсыласты манипулятор қалаған әрекетке итермелеу: мысалы, манипулятор мүддесі үдесінен шығатын шешім қабылдау немесе манипулятор мүддесіне қайшы шешім қабылдаудан бас тарту. Қалай болғанда да, түпкі мақсат – қарсы тараптың белгілі бір әрекетке баруы. Осылайша дезинформация дегеніміз – адамның саналы түрде қандай да бір әрекетке баруы; адамды жаңылыстырып, манипулятор қалаған іс-әрекетке итермелеу немесе оның әрекетсіз қалуына ықпал ету.

Мисинформацияға анықтама берудің бірнеше жолы бар. Шойфеле мен Краузенің (Scheufele & Krause, 2019) анықтамасына сай, мисинформация – қате ақпарат, кездейсоқтықтың ықтимал нәтижесі. Ал Уордл мен Дерахшанның (Wardle & Derakhshan, 2017) айтуынша, мисинформация деп бейсана (яғни ақпараттың жалған не шын екенін білмей) және әлдебіреуге зиян келтіру мақсатын көздемей таратылатын жалған ақпаратты, яғни біреуді жаңылыстыру ниетіне еш қатысы жоқ жалған ақпаратты айтады. Мисинформацияға деректерді растамай жариялаған ақпаратты, шетел деректерін дұрыс аудармау жайттарын жатқызуға болады. Мұндағы негізгі ерекшелік – автордың абайсызда қателік жіберуі.

Бұл мақалада Қазақстанның ақпарат порталдарындағы дезинформация мен мисинформацияның пайызға шаққандағы көрсеткіштері де есептелген. Ол үшін тиісті ақпарат көздері сенімді ме әлде сенімді емес пе, осы тұрғыдан да тексерілді. Осы ретте отандық ақпарат құралдары жиі сілтеме жасаған жеті шетелдік дереккөзде де дезинформацияның бар-жоғын тексердік. Тізімге енген ресейлік БАҚ: РИА Новости: <https://ria.ru>, Интерфакс: <https://www.interfax.ru>, Lenta.ru: <https://lenta.ru>; өзге де шетелдік ақпарат құралдары: China Daily: <https://www.chinadaily.com>, South China Morning Post: <https://www.scmp.com>, CGTN: <https://news.cgtn.com>.

COVID-19 жөніндегі дискурстағы дезинформацияны зерттеу үшін қажетті деректер Қазақстандағы ең танымал мемлекеттік емес ақпараттық интернет порталдарынан алынды, бұл деректер 2019 жылғы 31 желтоқсан мен 2020 жылғы 31 тамыз аралығында жарияланған. Дәл осы уақыт аралығын таңдаудың себебі: әлемде жаңа коронавирустың шыққаны туралы алғашқы ақпарат жарияланған күн – 2019 жылғы 31 желтоқсан, осы күні Қытай үкіметі ДДСҰ-ға алғаш рет бұрын-соңды болмаған пневмония жөнінде хабарлаған; ал 2020 жылғы 31 тамыз – Қазақстанда бас санитар дәрігер Айжан Есмағамбетова енгізген қатаң карантин шаралары жеңілдетілген күн. Төменде зерттеуімізге қажетті дереккөз болған Қазақстандағы интернет-платформалардың тізімі көрсетілген.

1-кесте. Интернет-платформалар тізімі

<i>Атауы</i>	<i>Сілтеме</i>
<i>Nur.kz</i>	https://www.nur.kz/
<i>Zakon.kz</i>	https://www.zakon.kz/
<i>Tengrinews.kz</i>	https://tengrinews.kz/
<i>Inform.kz</i>	https://www.inform.kz/
<i>Informburo.kz</i>	https://informburo.kz/
<i>24.kz</i>	https://24.kz/ru/
<i>Profit.kz</i>	https://profit.kz/
<i>Today.kz</i>	http://today.kz
<i>Vteme.kz</i>	http://vteme.kz

Біз ақпарат жинау үшін Қазақстан аумағындағы және дүниежүзіндегі COVID-19 туралы тікелей не жанама ақпарат беретін жаңалықтар мұрағатын (архивін) түгел тексеріп шықтық. Деректерді растау үшін мына ресми сайттарға жүгіндік: Біріккен Ұлттар Ұйымы (БҰҰ): www.un.org, Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДДСҰ): www.who.int, www.coronavirus2020.kz ақпараттық порталы, сонымен қатар StopFake және FactCheck атты қазақстандық веб-порталдар: www.stopfake.kz, www.factcheck.kz (бұлар қазақстандық БАҚ-тағы жалған ақпаратты анықтап табуға маманданған) т.б., коронавирусқа қатысты статистикалық деректерді мына сайттан тексердік: www.worldometers.info.

Осы зерттеу аясында талданған мақалалар саны – 4 712. Қазақстанның ақпараттық веб-порталдарында орыс тілінде, мемлекеттік емес

ауқымда жарияланған мақалалар ғана тандап алынды. Көптеген ақпарат құралдарының бір мақаланы екі-үш рет қайта жариялап, «ақпараттық шу» жасағанын ескеріп, зерттеуге қажетті деректер жинауға белгілі дәрежеде шектеу қойдық. Атап айтсақ, бірнеше рет қайталанған жаңалықтар мен талдау және бағалау мақалалары зерттеуге енбеді.

Жұмыс барысында сапалы, сандық және дескриптив-классификациялық зерттеу әдістері қолданылды. Сапалық талдау әдісі, нақтырақ айтқанда, эмпирикалық бақылау, синтез, талдау және салыстыру амалдары көмегімен жаңалықтарда (ақпарат сипатындағы мақалаларда) дезинформацияның бар-жоғы тексерілді. Мысалы, біз интернет-порталдарға талдау жасаймыз, жаңалықтар архивін тауып, «COVID-19, коронавирус, адам өлтіретін вирус, құпия вирус, қытай вирусы, белгісіз вирус, пневмония т.б.» деген сипаттамаға сай келетін мақалаларды синтездейміз (кодтаймыз), содан кейін мақаланы ресми дереккөзбен, мысалы, БҰҰ немесе ДДСҰ деректерімен салыстырып, ондағы жалған ақпаратты анықтаймыз. Сандық, статистикалық талдау әдісі зерттеудің екінші кезеңінде қолданылды. Бұл әдіс арқылы дезинформацияны (мисинформацияны) анықтау жиілігін және жалған ақпараттың төменде көрсетілген түрлері туралы статистикалық деректерді анықтаймыз.

Дескриптив-классификациялық әдіс жалған ақпаратты төменде көрсетілген критерийлерге сай анықтап жіктейді. Мұнда контекске, әлеуметтік аспектілерге және тілді белгілі бір нәтижеге жету мақсатында, атап айтқанда, дезинформатордың қоғам пікіріне әсер ету, адамдарды жаңылыстыру сияқты мақсаттарда қолдану тәсілдеріне баса назар аударылады.

Жалған ақпаратты (инфодемияны) дұрыс анықтап табу үшін дезинформацияның мынадай кең тараған критерийлеріне жүгіндік (Idelreal.org, 2017):

1. Күйзеліске түсіретін (жан түршіктіретін) ақпарат. Дұрыс жеткізілген ақпаратта оқырманның бойында қорқыныш, үрей тудырып, мазасыз күйге түсіретін, болған жайтты әдейі аса жағымсыз сарында сипаттайтын хабар болмау керек. Жан түршігерлік деректерді келтіріп, болмағанды болды дейтін мұндай ақпарат әдетте оқырманды күйзеліске түсіреді.
2. Автордың бір пікірді көрінеу жақтап, басқа пікірді жақтырмауына жол бермеу керек. Жақсы мақалада аталған пікірлердің екеуі де көрсетілуі керек, ал автордың оларға бейтарап көзқарас танытқаны абзал.
3. Дереккөздер сенімді, тексерілген, ресми әрі нақты айқындалған болуы тиіс. «Бір досымның дәрігері» немесе «ғалымдар айтыпты» деген сияқты нақты емес, тексеріп, растап көруге жарамайтын дереккөздер күмәнді.
4. Реңк (тональдық). Автор мақаладағы жағдайға қатысты эмоциясын білдірмеуге, алалық танытпауға міндетті. Оқырманның ашу-ызасын тудыратын немесе қатты қуантатын ақпарат күдік тудырады, сақ болыңыз. Манипуляторлар зор эмоция тудыратын хабарлардың әлдеқайда тез таралатынын біледі. Дұрыс жеткізілген ақпарат бейтарап әрі ұстамды болады.

Біз осы критерийлерді негізге ала отырып, зерттеу контексіне сай келетін категорияларды анықтауға тырыстық.

1. Жаңылыс басылған сөздер, адамның қате жазылған тегі (аты-жөні), емле, синтаксистік және грамматикалық қателер, информатордың жасы, қызметі сияқты ескірген деректер – бұлар да ішінара дезинформация болып саналады, алайда олар контекске айтарлықтай нұқсан келтірмейді.
2. Сенімді емес, тексерілмеген, ресми емес дереккөздер.
3. Ақылға сыймайтын мәліметтер, соның ішінде коронавирусты емдеу және сақтану жөніндегі кеңестер.
4. Жалған (қайшы) ақпарат: мысалы, бетперде тапшы, бұл вирус тұмау секілді, вирустың таралу деңгейі төмен, оның белгілері мынадай: жөтел, аздап қақырық шығады, вирус жоғары температурада өліп қалады, Қазақстанда 2020 жылдың қаңтарынан бастап, жаппай ПТР-тестілеу жүріп жатыр және т.б. қарама-қарсы мәліметтер.
5. Эмоциялық реңкі қатты (тональдығы жоғары) хабарлар: автордың «өлімге жеткізер вирус», «Қытайдан шыққан вирус», «адам өлтіретін вирус», «белгісіз пневмония» деген және т.б. қорқынышты сөз тіркестерін қолдануы.

Аталған критерийлерді қолданып, интернет-порталдардағы дезинформацияға қатысты тиісті критерийді анықтау жиілігі көрсетілген график жасадық.

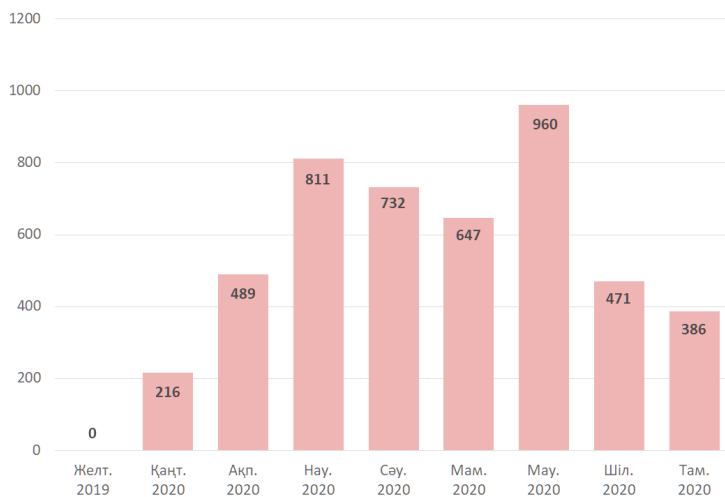
Нәтижелер және талқылау

Ай сайынғы көрсеткіштерге жүгінетін болсақ, Қазақстандағы веб-порталдарда белгісіз жаңа вирустың шыққаны туралы алғашқы хабар 2020 жылғы 1 қаңтарда жарияланған екен. 2019 жылдың желтоқсан айында вирус туралы мәлімет жоқ, ал Қытай Халық Республикасының (ҚХР) дереккөздерінде мұндай мәліметтер бар. 2020 жылдың 22 қаңтарына дейінгі аралықта ақпарат порталдарында күн сайын жаңа пайда болған коронавирус туралы жаңалықтар жарияланып тұрған. Дегенмен ақпарат аз еді, күніне бір-екі мақала ғана шығатын, кейде мүлде ештеңе жарияланбайтын.

2020 жылғы 23 қаңтардан бастап баспасөзде вирус туралы ақпараттың саны күрт өскенін байқаймыз. Бұған дейін тәулігіне осы тақырыптағы мақалалардың саны үштен аспайтын, ал бертін келе, тәулігіне отыздан көп мақала жарияланатын болды. Пандемия туралы хабар сенсациялық сипатқа ие болып, бір аптаға жетер-жетпес уақытта бүкіл Қазақстан аумағына таралып үлгерді. Әртүрлі веб-порталдарда жарияланған мақалалардың мазмұны бірдей болды: тек кей сөздер, тіркестер өзгертілген не қосымша цитаталар жазылған. Осыған байланысты кейбір мақалалар біздің зерттеуге енбей қалды. Төмендегі графикте біз тексерген он ақпарат порталының бәрінде 2019 жылдың желтоқсан айы мен 2020 жылғы тамыз аралығында COVID-19 туралы жарық көрген мақалалардың саны көрсетілген (қайталанатын мақалалар есепке алынбады).

Коронавирус тақырыбына арналған мақалалар санының күрт артуын пандемияның жаппай сипат алуымен түсіндіруге болады. Вирус өте жылдам тарағандықтан, ақпарат құралдары бұрынғыдан да жиі хабар таратуды ұйғарды. Бұл жерде экономиканың «Сұраныс пен ұсыныс заңы» қағидасының іске асқанын байқауға болады, сұраныс неғұрлым жоғары болса, ұсыныс та соғұрлым көп болады. Вирустан сақтануға асыққан жұртқа ақпарат ауадай қажет болды. Бұл жайт журналистердің қапы қалғанды қаламайтын мүмкіндігі еді, COVID-19 дискурсына арналған мақалалардың көбейіп кеткені де содан.

1-график. Жарияланған мақалалар саны



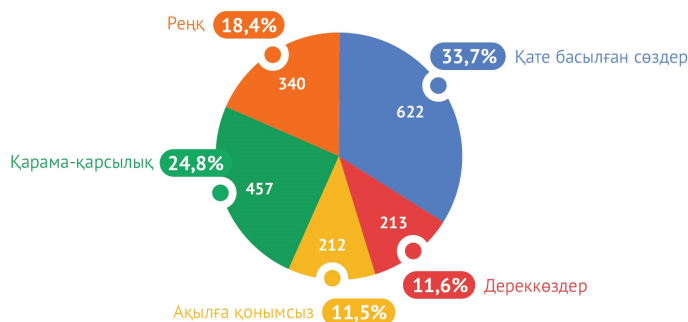
Коронавирус туралы ең көп мақала шыққан мерзім – 2020 жылдың маусым айы – елде сырқаттанғандар ең көп тіркелген кезең. Сондықтан да осы проблемаға арналған мақалалар да көп болған. Жарияланған мақалаларда науқастардың ауруханаға жатқызылғаны, Қазақстанда енгізілген карантин шаралары, респираторлық қорғаныс құралдарының жетіспеуі, дәрі-дәрмек, вирусты симптомсыз таратушылар жайы т.б. сөз болған.

Графикке қарасақ, веб-платформаларда осы тақырыптағы жаңалықтар бұрынғыдан көп жарияланған екінші кезең – 2020 жылдың наурызы. Сол кезде жарық көрген мақалаларда Қазақстанның бас санитар дәрігері Ж.Бекшиннің елге коронавирус инфекциясының таралатыны туралы мәлімдемесі, алғашқы сырқаттанғандар мен вирустан қорғану шаралары туралы айтылған. Ақпараттық мақалалардың контекстін ескерсек, олардың мазмұнынан айрықша бір үрдісті байқауға болады. Мәселен, қаңтарда Қытайда белгісіз вирус шыққаны туралы хабар тарады, ақпанда вирустың шекара асып, әлемге жайылғаны мәлім болды, наурызда ДДСУ-ның коронавирус пандемиясы жөніндегі қаулысы жарияланды, осы кезде Қазақстанда алғаш вирус жұқтырғандар тіркелді, сәуір айында Қазақстанда бірқатар карантин шаралары енгізілді, мамыр-маусым айларында дертке шалдыққандар саны артты, Қазақстан дүниежүзінде қайтадан карантин енгізген жалғыз мемлекет болып танылды, шілде-

тамыз айларында аурудан жазылып шыққандар, қайтыс болғандар туралы статистикалық деректер келтіріліп, күзде эпидемияның екінші толқыны болуы мүмкін екені баяндалды.

Ақпараттық мақалаларды мұқият талдаған соң, олардың ішіндегі жалған мақалаларды анықтадық. Талданған 4 712 мақаланың үштен бір бөлігі (1 844) жалған болып шықты. Дегенмен, өзіміз анықтаған критерийлерге сай, жалған мақалалар санатына, ішінара жалған болса да, жаңылыс басылған сөздер, емле қателері бар мақалалар да енгізілді. Төмендегі графикте жалған ақпараттың тиісті критерийін анықтау жиілігі көрсетілген.

2-график. Белгіленген критерийге сай жалған ақпаратты анықтау жиілігі



Зерттеу басында айқындалған критерийлерге сәйкес, ең жиі кездесетіні (622 рет) – жалған ақпараттың бірінші түрі: мәтінде кеткен қателер, қате басылған сөздер; осы ретте мұндайлар айтарлықтай көп болғанын атап өткен жөн. Бұған адам факторы себеп болған көрінеді, өйткені ақпараттық порталдардың көбі тәулік бойы жұмыс істейді, тіпті түнде де көп мақала жарияланып жатады. Дегенмен жаңалықтарды миллиондаған адам оқитынын ескерсек, мұндай ұсақ-түйек нәрселерге де мұқият болған абзал.

Екінші графиктен көріп отырғанымыздай, COVID-19 дискурсына қатысты ең аз мақала саны (212) ақылға сыймайтын мәлімет санатына жатады. Отандық интернет-порталдарда коронавирустан айығуға көмектесетін таңғажайып әдіс-амалдар, ем-дом шаралары туралы мақалалар да аз болмады, айта кетерлігі, мұндай әдістерді ДДСҰ растамаған. Мысалы, сондай мақалалардың бірінде көзге көрінбейтін тылсым күштермен байланысқа түсіп, коронавирусты қалай емдеуге болатынын сұраған қазақстандық бір әйел туралы айтылады. Әйелдің сұрағына әлдебір дауыстар жауап беріп, вирус жұқтырған науқастың кеудесіне шикі жұмыртқа мен жыланның уын жағу керек деген екен (www.nur.kz, 2020; www.ztb.kz, 2020). Иттің етін жеген адам аурудан айығады деген қисынсыз ақыл-кеңестер де ұшырасады. Мұндай кеңестерге сеніп қалған адам алды-артын аңдамай, зиян шегуі мүмкін. Дегенмен, бәлкім, осы сияқты мақалалар адамның қандай да бір әрекет істеуіне ықыластандыруды емес, көңілін көтеруді көздеген шығар. Осындай күмәнді ақыл-кеңес беретін мақалалар пандемия басталған кезден бері

екі-үш ай ішінде жиі шығып тұратын, уақыт өте келе сирей бастады. Көздеген мақсатқа жету үшін дезинформация лезде, яғни сенімді әрі растан алуға болатын ақпараттан бұрын таратылып отырды.

Аз кездескен қатенің тағы бір түрі – дереккөздерді дұрыс көрсетпеу (213). Жалпы, ақпарат құралдарының редакциялары ресми дереккөздерге жиі сілтеме жасайды әрі олардан үзінді келтіргенде, мұқият болуға тырысады. Соған қарамастан, қате кеткен кездер болып тұрады; мысалы, жарияланған бір мақалада Қытайда тұратын Қазақстан азаматы Қытайдың ауруды бақылау және алдын алу орталығының мәліметіне сілтеп, вирус температураның өзгеруіне сезімтал емес деген. Бұл, біріншіден, ДДСҰ қаулысына қайшы, жалған ақпарат; екіншіден, мақалада информатордың аты-жөні, оның кім екені, қандай қызмет атқаратыны көрсетілмеген. Демек, дереккөз белгісіз. Дереккөзі сенімсіз тағы бір мақаланы атап өтсек, онда туристердің сөзінше, Қытайда коронавирус туралы ешкім ештеңе айтпайды, бұл елдегі жағдай БАҚ жазып жүргендегіден де қорқынышты делінген. Бұл мақалада дереккөздің сенімді екенін растайтын ақпарат та, нақты цитаталар да жоқ. Дереккөз айқындалмаған не дұрыс көрсетілмеген жағдайлардың көбінде ақпаратты дезинформатор таратады; ол өз ойын, көзқарасын, алыпқашпа сөзді «туристердің пікірінше», «қазақстандықтардың ойынша» т.б. жалпылама тіркестермен бүркемелеп жеткізеді.

Мақала авторлары вирусологтар, эпидемиологтар мен басқа да мамандардың пікіріне сілтеп, дәйексөздер келтірген. Алайда мұндай пікірлерді кейін клиникалық зерттеу нәтижелері мен ДДСҰ-ның ресми деректері жоққа шығарған. Осы сияқты қайшылықтар мен сәйкес емес деректер кездесіп отырды. Себебі мамандар жаңа, аз зерттелген вируспен бетпе-бет келді, вирус туралы ақпараттың күн сайын өзгеріп жатқаны да рас. Әсіресе Covid-19-бен байланысты конспирологиялық теориялар көп болды, бұл да ғалымдардың жаңа вирустан хабары аз болғанынан шығып отыр. Төменде жалған ақпарат саналатын осындай қайшы және сәйкес емес материалдардан (457) мысалдар келтірілген.

- 2020 жылғы 6-7 қаңтарда жарияланған мақалада Денсаулық сақтау министрлігі вирус тасымалдаушы болуы мүмкін болғандықтан, жануарларға жақындамауға кеңес береді (www.nur.kz, 2020a; www.zakon.kz, 2020), алайда кейін вирустың ауа арқылы, адамнан адамға жұғатыны дәлелденді (WHO.int, 2020a).
- 2020 жылғы 11 қаңтарда осыған ұқсас мақала жарық көрді (www.nur.kz, 2020b; www.tengrinews.kz, 2020; www.inform.kz, 2020). Онда вирустың адамнан адамға жұқпайтыны, бәлкім, ет немесе теңіз өнімдері арқылы жұғатыны туралы айтылған, ДДСҰ бұл деректі де жоққа шығарды (WHO.int, 2020b).
- 2020 жылғы 13 қаңтарда отандық ақпарат порталдарында адам коронавирусы +56 температурада он минут ішінде күшін жояды, ал +75 температурада жарты сағат ішінде күшін жоғалтады деген мәлімет шықты (www.nur.kz, 2020c). Бұл тұжырымды да ДДСҰ терістеді. COVID-19 дертіне шалдығу ықтималдығы күннің ыстық не суық болуына тәуелді емес. COVID-19-дың климаты ыстық елдерде де таралып жатқаны туралы хабар бар (WHO.int, 2020c).
- 2020 жылдың қаңтар айының аяғына таман коронавирус грипптен қауіпті емес, дүрлігудің қажеті жоқ деген сарында бір емес, бірнеше рет ақпарат жарияланды. «Коронавирус инфекциясына қарағанда,

грипптен көз жұматындар саны көп, сондықтан дүрбелең салудың қажеті жоқ», – деді инфекционист дәрігер Сауле Атығаева (Nur.kz, 2020d). 2020 жылғы 17 наурызда ДДСҰ бұл пікірдің даулы екенін мәлімдеп, грипппен салыстырғанда, коронавирус дертінің ауыр және аса ауыр түріне шалдыққан науқастар саны әлдеқайда көп екенін алға тартты. COVID-19 себепші болған өлім-жітім грипптен қайтыс болғандар санынан көп деуге негіз бар (WHO.int, 2020).

- Қазақстанда жарияланған мақалаларда ел дәріханаларында бетперделер мен дәрі-дәрмек қоры жеткілікті екені хабарланды, бірақ бұлар шындыққа кереғар мәлімдемелер еді (Nur.kz, 2020e).
- Сондай-ақ 2020 жылғы 2 сәуірде жарық көрген бір мақалада жедел респираторлық-вирустық инфекция (ЖРВЖ), жедел респираторлық ауру (ЖРА) немесе басқа тұмау инфекциясының белгілері бар қазақстандықтар COVID-19 бар-жоғын ерте анықтап, емделу үшін 2020 жылдың қаңтарынан бастап ПТР-тестілеуден өте алады деп берілді (Nur.kz, 2020f). Алайда бұл мәлімет шындыққа жанаспайды, себебі коронавирусты анықтайтын ПТР-тестілері Қазақстанда жылдың басында болған жоқ (Zakon.kz, 2020a).
- 2020 жылғы 1 маусымда қазақстандық ақпарат порталдарының бірінде Ресей дереккөздеріне сілтеме жасай отырып, адамға коронавирус жұқтырудың жаңа жолы анықталды деген мақала шықты. Онда жан-жақты лабораториялық зерттеулердің нәтижесінде Ухань қаласындағы аң-құс базарларында сатылған жануарлардың етінде вирус жоқ екені расталды делінген (Nur.kz, 2020g; Today.kz, 2020). Бұл жаңалық қаңтар айында жарияланған хабарларға қайшы келді, өйткені жыл басында базарда сатылған жануарлардың барлығынан дерлік коронавирус табылғаны айтылған (Nur.kz, 2020h; 24.kz, 2020).

Айта кетерлігі, ДДСҰ-ның вирус жөнінде жаңа деректер жариялап отырғаны арқасында медициналық дискурсқа қатысты мұндай қайшылықтар біртіндеп азая бастады. Қытайдың өзі әлемге жалған мәлімет таратқан кездер де жоқ емес; мәселен, Британия зерттеушілері жүргізген талдау нәтижелері көрсеткендей, коронавирус жұқтырғандар саны Қытай тарабы берген мәліметтердегіден әлдеқайда көп болған. ДДСҰ-ның Қытайдағы бөлімшесі бұл жайтты кейін мойындады (Nur.kz, 2020i).

Жалған ақпаратты анықтаудың бір критерийі – адам өлтіретін вирус, өлімге жеткізетін, «соғыс жағдайына тән режим» т.с.с. сөз тіркестері бар мақалалардың эмоциялық реңкі (тональдығы) жоғары болатыны; аталған сөздерді елдегі веб-порталдардың барлығынан дерлік кездестіруге болады (Nur.kz, 2020j; www.nur.kz, 2020k; Nur.kz, 2020l; Tengrinews.kz, 2020a; 24.kz, 2020a, Zakon.kz, 2020b).

Эмоциялық реңкіне қарап, жалған мақаланы анықтауға көмектесетін тағы бір тәсіл: автордың оқырманды үрейлендіру, жағдайды әдейі ушықтырып сипаттау сияқты манипуляция амалдарын қолдануы, әдетте мұндай жағдайда өлімге жеткізетін вирус, қытай вирусы, адам өлтіретін вирус, беймәлім пневмония, жұмбақ пневмония, Қытайдан шыққан өлім тудыратын вирус, «соғыс жағдайына көшірілді», өліктер үйіліп жатыр деген сияқты сөз тіркестері жұмсалады. Басқаша айтқанда, авторлар оқырманның бойында жағымсыз эмоцияның пайда болуына септігін тигізеді. Біздің пайымымызша, жұртты дүрліктіретін осындай мақалалар

адамның түпсанасына әсер етіп, әрекет етуге түрткі болады. Оқырман манипуляция нысанына айналады. Қазақстанда жарық көрген ақпараттық мақалаларда жиі ұшырасатын «Қытайдан шыққан өлім туғызатын вирус» сынды сөз тіркестері ел арасында нәсілшілдік пен ұлтшылдықтың белең алуына әкеп соқтыруы әбден ықтимал. Эмоциялық реңкі жоғары мақалалар саны – 340, бұларды жалған ақпарат деп тануға болады.

Айтып өткеніміздей, дезинформация мен мисинформацияның арасында бірқатар айырмашылық бар, сол себепті біз көрінеу жалған ақпарат берген мақалаларды, яғни әдейі осындай мақала үшін жасалған фейк жайттарды, жалған мәліметті өзге дереккөздерден алған, яғни бұрын жарияланған жалған ақпаратты қолданған мақалалардан бөлек қарастырдық. Ол үшін ақпарат алынған дереккөздердің сенімді-сенімсізін тексердік. Нәтижесінде, жинаған деректерге сенсек, Қазақстанның ақпарат порталдарындағы мисинформацияның пайыздық үлесі (64%) дезинформациядан айтарлықтай көп. Демек, қазақстандық веб-платформалардағы жалған ақпараттың басым бөлігі қасақана жарияланбаған, мұндай жалған ақпарат басқа дереккөздерден алынған. Біз талдаған мақалалардың, шамамен, 36%-ы дезинформация, яғни ондай мақалалардың мазмұнын қазақстандық журналистер әдейі солай етіп жазған мүмкін. Себебі ақпарат құралдарының редакциялары күніне отызға жуық мақала жариялап отырған, мұның сапаға әсер етпей қоймауы мүмкін емес. Дегенмен талданған мақалалардың барлығында ішінара жалған ақпарат қана келтірілгенін атап өткен жөн. Толығымен дезинформация деуге болатын мақала жоқ. Біраз ақпараттың нақтылығы тексерілмеген, мисинформация көп болғаны да содан. Жаңалықтар басқа дереккөздерден, әдетте мәліметті тексермей-ақ жариялай салатын ресейлік дереккөздерден алынатын. Естеріңізде болса, Еуропалық Одақ Ресей The Telegraph және Financial Times сынды британиялық басылымдарда коронавирус жайында жалған ақпарат таратқан деген күдік бар екенін бірнеше рет мәлімдеген (Svoboda.org, 2020). Сондықтан қазақстандық ақпарат құралдары редакцияларының Ресей дереккөздерінде дезинформацияның бар-жоғын мұқият тексергені немесе мисинформация құрбаны болмас үшін шетелдік дереккөздерге жиі сілтеме жасағаны абзал.

Қорытынды

Бұл зерттеу ақпараттық мақалаларды талдап, оларда жалған мәліметтердің бар-жоғын анықтау мақсатын көздеген. Зерттеу нәтижесінде жалған ақпарат бар 1 844 мақала анықталды, барлығы 4 712 мақала талданды. Анықталған 1 844 мақаланың барлығы ішінара жалған болып шықты, яғни оларда бұрмаланған не қайшы деректер келтірілген.

Зерттеу сұрақтарына жауап бере отырып, кез келген әлемдік дағдарыс пен дезинформация қатар жүреді деген қорытынды жасауға болады. Дағдарыстың ауқымына қарамастан, фейк жаңалықтар, қауесет, мисинформация т.с.с. қай кезде де болады, тіпті кейде жалған ақпарат дағдарысқа себеп болған оқиғадан бұрын тарап жатады. Сондықтан коронавирус пандемиясын инфодемияның өрістеуіне жеткізген дағдарыстар қатарына қосуға болады. Зерттеудің екінші сұрағына келетін болсақ, біз елдегі ақпараттық веб-порталдарда жалған ақпараттың көп болуының мынадай негізгі себептерін айқындадық:

- үлкен аудитория жинауға ұмтылған, табыс қуған ақпарат құралдары редакцияларының өз ісіне салғырт қарауы, жауапкершілік танытпауы;
- қаперсіз жұртқа сапасы мен түпкі мақсаты күмәнді өнім сату үшін жасалған психологиялық манипуляция;
- сақтық шаралары төңірегіндегі медициналық дискурстағы қайшылықтар, «әркім өз бетінше пікір түйеді» деген қағиданың үстемдік құруы;
- адамның көңіліне секем түсіру, саяси мақсаттарды көздеп, елде нәсілшілдіктің белең алуына, одан әрі манипуляция жасауға жол ашу;
- жұрттың коронавирустан қауіптенуін өз пайдасына асырған тараптардың компьютерлік вирус таратуы, жеке деректерді ұрлауы, киберқылмысқа жол беруі т.б.

Коронавирус туралы онлайн дезинформация мен мисинформация барабар ұғымдар емес, алғашқысы – жалған не жаңылыстыратын ақпаратты қасақана тарату, ал екіншісі – ақпаратты жалған екенін білмей тарату, соған қарамастан бұл екеуі де халықтың денсаулығына қауіпті. Жалған ақпарат жариялаған жаңалық платформалары, басқа да факторлармен қатар қоғамдық денсаулық сақтау саласында тиісті шаралар қабылдауды күрделендірген, жұртты адастырып, пандемия кезінде адам шығынына себепші болған ақпараттық ортаның қалыптасуына үлес қосты.

Мерзімнен бұрын жасалған пайым болса да, вирус жөніндегі ақпаратқа сұраныстың күннен-күнге артып келе жатқанын, осындай жағдайда ақпарат сапасының нашарлайтынын ескере келе, БАҚ-тағы коронавирус туралы мисинформация мен дезинформацияның да өзгеріске ұшырайтынын, бұрынғыдан нашар болатынын атап өткенді жөн көрдік. Сенімді жергілікті медиа экожүйе қалыптаспаса, веб-платформалардың мисинформация мен дезинформацияға ойдағыдай қарсы тұруы екіталай. Дезинформация мен мисинформация етек алған онлайн ортаның қалыптасуына үлес қосатын құрылымдық факторларды жою үшін ұзақмерзімді реттеу шараларын іске асыру қажет. Қазақстанда жаңалық тарататын интернет-платформалар өз қызметімен байланысты зиянды барынша азайту бағытындағы жұмыстарды қолға алуға тиіс, осы орайда, ең алдымен, коронавирусқа қатысты тез таралып жатқан дезинформация мен мисинформацияға назар аудару керек.

Ақпараттық мақалалар жариялайтын платформалар коронавирус туралы жалған ақпарат пен алыпқашпа сөздің таралуына қарсы нақты іс-қимылға көшіп, веб-сайттарының жұмысына құрылымдық өзгерістер енгізуі тиіс. Бұған ҚР Денсаулық сақтау министрлігі де мүдделі болу керек, өйткені халықты сауықтыру, емдеу шаралары жөнінде жалған, денсаулыққа зиян келтіруі, тіпті адам өліміне әкеп соқтыруы мүмкін ақпараттың таралуына шек қою қажет. Бұған қол жеткізу үшін контент пен мақала мазмұнын жасайтын фондық алгоритмдерді түбегейлі өзгерту керек. Бұдан былай журналистер адам денсаулығына қатысты жалған, оқырманды күйзеліске түсіретін, оның денсаулығына нұқсан келтіре алатын ақыл-кеңестерді жарияламауға тиіс, оқырманды қандай да бір әрекетке шақырудан аулақ болуы тиіс.

Зерттеудің үшінші сұрағы мынадай еді: дезинформациямен қалай күресуге болады? Бұл сұраққа БҰҰ-ның Есірткі және қылмыс жөніндегі

басқармасына (БҰҰ ЕҚБ) қарасты киберқылмыс пен ақшаның ізін жасыру мәселесімен айналысатын бөлімшенің басшысы Нил Уолш жауап берген. Оның айтуынша, ең сенімді дереккөздер – Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДДСҰ) мен Біріккен Ұлттар Ұйымы, сондықтан коронавирус туралы деректерді солардың сайтынан алған дұрыс (www.un.org, 2020). Коронавирустың салдарынан туған дағдарыс кезінде жалған ақпаратты азайту мақсатында жаңалықтар тарататын веб-порталдарға және қатардағы оқырмандарға желідегі дезинформация мен мисинформацияға қарсы тұру жолдары жөнінде нақты ұсыныстар әзірледік. Олар төмендегідей:

1. Мақала жазу үшін пайдаланған дереккөздерді мұқият тексеру, оларды ресми деректермен салыстыру, сенсация құмай, уақытты фактілерді тексеруге жұмсау;
2. Күмәнді мәліметтерді тауып, белгілеп қоятын арнаулы қосымшалар көмегімен фактілердің нақты екенін тексеру. Мақала тақырыбына мән бермей, жаңалық мәтінін соңына дейін оқып шығыңыз. Оқығаныңыз күдік тудырса, сол деректің рас-өтірігін тексеретін сайттарға жүгініңіз. Қазақстандық БАҚ-тағы жалған ақпаратты анықтауға маманданған www.stopfake.kz және www.factcheck.kz деген арнаулы сайттар бар.
3. Коронавирустың туралы контентке баса назар аудару керек. Жарияланған ақпараттың эмоциялық реңкі жоғары болса, онда бір ғана тараптың көзқарасы туралы айтылған болса немесе ақпарат мазаңызды кетіріп, қатты күйзелтсе – дезинформацияға тап болғаныңыз. Жаңылыс басылған сөздер не емле қателері бар, спикерлердің аты-жөні дұрыс жазылмаған тыныс белгілері дұрыс қойылмаған материалдарды көрсеніз де күдікті екенін бағамдаңыз.
4. Жалған ақпарат таратпау. Көп жағдайда оқырмандар жалған ақпаратты фейк екенін аңғармай, достарына, отбасы мүшелеріне жеткізеді. Осылайша дезинформаторлар ықпалына түскен адамдар санын арттырады. Сол себепті жаңалықты айтпай тұрып, оның нақты екеніне көз жеткізіңіз.
5. Веб-порталдар оқырманға сапалы ақпарат беру керек. Ақпараттық мақалалар жариялайтын платформалар коронавирус жөніндегі хабарлардың сенімді болуын, ондағы фактілердің алдын ала тексеруден өткенін қамтамасыз етуге тиіс.

Жаңалық порталдарында мисинформация көп пе, әлде дезинформация көп пе деген соңғы сұраққа берер жауабымыз: қазақстандық веб-порталдар дереккөздерді дұрыс тексермейтіндіктен, көбіне мисинформация қатарын арттырып аятады. Зерттеу нәтижесінде байқалғандай, ресейлік дереккөздер үнемі сенімді бола бермейді деген қорытынды жасауға да негіз бар. Дереккөздерді жиі тексеріп, мүмкіндігінше, шетелдік деректерге сілтеме жасаған абзал.

Жұмыс ауқымды болғандықтан, сондай-ақ көп мақаланың қайталанғанын, сол қалпында өзге дереккөздерде бірнеше қайтара жарияланғанын ескеріп, COVID-19 дискурсына қатысты мақалалар санына айтарлықтай шектеу қоюға тура келді. Сонымен қатар бұл зерттеуде дезинформация немесе мисинформацияның нақты қай ақпарат құралының редакциясында болғаны көрсетілген. Себебі бұл жоба елдегі ақпараттық порталдардың жұмыс сапасын (ақпарат сапасын) жақсарту,

бұған қоса біздің аудиторияға пандемия кезінде дезинформация Қазақстанда да таралғанын жеткізу мақсатын көздейді. Біз осы жұмысты жазу барысында арнаулы әдебиеттерді, соның ішінде әлемдік дағдарыстар кезіндегі дезинформация туралы ғылыми мақалаларды, журналистика саласындағы оқулықтар мен көмекші құралдарды зерделеп, жалған мақалаларды анықтау критерийлерін іс жүзінде қолдану мүмкіндігін қарастырдық, сондай-ақ фейктердің таралуына жол бермеу жөнінде ұсыныстар жинадық.

Бұл мақалада жалған ақпаратқа қарсы күресудің бір ғана әдісі айқындалған, мақсат соны таныстырып, қолдануға үйрету. Осы зерттеуде айқындалғандай, ақпараттың өзін егжей-тегжей тексеріп, дереккөздерді талдау – инфодемиямен күресудің бір жолы. Алайда басқа да әдіс-амалдар көп. Мәселен, Гаагада инфодемияға қарсы тұрудың мүлде жаңа тәсілін ойлап тапқан екен (www.currenttime.tv, 2017). ДРОГ («DROG») деген сайт бар, онда фейк жаңалықтар құрастырылып таратылады, содан кейін оларды оқыған адамға алданғанын айтады. Алдау/үйрету әдісі арқылы оқырманға көрінеу жалған хабар ұсынып, кейін оқығанының бәрі жалған екенін айтып, дезинформацияны қайдан және қалай анықтауға болғанын түсіндіреді. Бұл тәсілдің негізгі ерекшелігі – аталған сайт пайдаланушыларына жалған ақпарат оқуға ғана емес, сондай ақпаратты өз бетімен қолдан жасауға да мүмкіндік береді. Мұндай әдіс Нидерландта ғана сұранысқа ие екен, статистикалық деректерге сенсек, оқытудың осындай әдісі көпке жақпайтын сынды. Пайдаланушылардың көбі алданғанын білген бойда сайттан біржола шығып кетеді, ал өздерінің қай жерде алданғанын білуге құмар азаматтар сайтта қалып, өз қолымен фейк жаңалық жасап көруге қызығушылық танытады. Үйрену үшін істеп көру керек деген – осы. Жалған хабарды анықтау, талдау, сыни ойлау амалдарын меңгерген оқырман болашақ ақпараттық кеңістікте «дезинформация құрбаны» деген атаққа қалудан сақтанады. Дезинформациямен күресуге арналған бұл жүйе әлемнің басқа түкпірлерінде де қолданыла бастаса, ғажап емес. Осыған орай БАҚ пен әлеуметтік желілерде фейк жаңалықтардың жариялануы проблемасына көңіл бөлген зерттеушілер саны артып келеді. Бір қуантарлығы, дезинформациямен күресуге арналған жетік технологиялары мен институттары бар, азаматтарының техникалық сауаты жоғары елдердің фейк жаңалықтарды бақылауға алуға, дезинформацияның құрбанына айналмауға мүмкіндіктері бар. Сондықтан бұл мақала Қазақстанның медиасауаттың жаңа деңгейіне көтерілуіне көмектеседі.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. BBC.com (20 апр. 2020). «Чеснок, коровья моча и другие мифы о лечении Covid-19». BBC NEWS: Русская сводка. Сілтемесі: <https://www.bbc.com/russian/media-52355574>. Қараған күні: 28 қырк. 2020.
2. BBC.com (4 May 2020a). «Coronavirus: The seven types of people who start and spread viral misinformation». BBC NEWS. Сілтемесі: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-52474347>. Қараған күні: 4 қаз. 2020.
3. Brennen, Simon, Howard, Nielsen (2020). «Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation». Reuters Inst, 7.
4. Currenttime.tv (2017). «Этот сайт начал публиковать фейки, и вот что произошло с его статистикой». Настоящее время. Сілтемесі: <https://www.a/28442906.html>. Қараған күні: 29 қырк. 2020.
5. Idelreal.org (2017). Idel.Реалии. «Как распознать фейк?» Сілтемесі: <https://www.idelreal.org/a/28255004.html>. Қараған күні: 12 қаз. 2020. Manning, Romerstein (2004). «Historical Dictionary of American Propaganda». Greenwood.
6. Inform.kz (2020). «Зафиксирован первый случай смерти из-за пневмонии в Китае». KAZINFORM Международное информационное агентство. Сілтемесі: https://www.inform.kz/ru/zafiksirovan-pervyy-sluhay-smerti-iz-za-pnevmonii-v-kitae_a3602673. Қараған күні: 4 қаз. 2020.
7. Md Saiful Islam, Tonmoy Sarkar, Sazzad Hossain Khan, Abu-Hena Mostofa Kamal, S. M. Murshid Hasan, Alamgir Kabir, Dalia Yeasmin, Mohammad Ariful Islam, Kamal Ibne Amin Chowdhury, Kazi Selim Anwar, Abrar Ahmad Chughtai, Holly Seale (2020). «COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis». The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene. Volume 103, Issue 4, p. 1621 - 1629. Сілтемесі: <http://www.ajtmh.org/content/journals/10.4269/ajtmh.20-0812;jsessionid=-ETrfB53Hw7IIHnlp2BbSu4i.ip-10-241-1-122> Қараған күні: 15 қаз. 2020.
8. News.un.org (2020). «UN chief outlines solutions to defeat ‘four horsemen’ threatening our global future». Peace and Security. Сілтемесі: <https://news.un.org/en/story/2020/01/1055791>. Қараған күні: 28 қырк. 2020.
9. NUR.KZ (2020). «Казахстанка заявила, что знает, как вылечить коронавирус». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1838180-kazahstanka-zaavila-cto-znaet-kak-vylecit-koronavirus.html>. Қараған күні: 9 қаз. 2020.
10. NUR.KZ (2020a). «Вспышка пневмонии в Китае: Минздрав обратился к казахстанцам». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1834897-vspyska-pnevmonii-v-kitae-minzdrav-obratilsa-k-kazahstancam.html>. Қараған күні: 30 қырк. 2020.
11. NUR.KZ (2020b). «Вспышка пневмонии в Китае: зафиксирован первый случай смерти». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1835673-vspyska-pnevmonii-v-kitae-zafiksirovan-pervyy-sluhaj-smerti.html>. Қараған күні: 4 қаз. 2020.
12. NUR.KZ (2020c). «Казахстанец рассказал, что может убить новый вирус из Китая». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1835524-kazahstanec-rasskazal-cto-mozet-ubit-novyy-virus-iz-kitae.html>. Қараған күні: 11 қаз. 2020.
13. NUR.KZ (2020d). «Астанчан призвали не паниковать из-за коронавируса». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1838222-astancan-prizvali-ne-panikovat-iz-za-koronavirusa.html>. Қараған күні: 13 қаз. 2020.
14. NUR.KZ (2020e). «В аптеках Алматы не хватает масок, защищающих от коронавируса». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1837944-v-almaty-ne-hvataet-masok-zasisausih-ot-koronavirusa.html>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.

15. NUR.KZ (2020f). «Казахстанцев с ОРВИ средней и тяжелой формы проверяют на коронавирус». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1848701-kazahstancsev-s-orvi-srednej-i-tazeloj-formy-proverat-na-koronavirus.html>. Қараған күні: 12 қаз. 2020.
16. NUR.KZ (2020g). «Новую версию происхождения коронавируса выдвинули в Китае». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1858248-novuu-versiu-proishozdenia-koronavirusa-vydvynuli-v-kitae.html>. Қараған күні: 11 қаз. 2020.
17. NUR.KZ (2020h). «Способность распространения усиливается: китайские власти о вирусе-убийце». НУРФИН. Сілтемесі: https://www.nur.kz/1837882-sposobnost-rasprostranenia-usilivaetsa-kitajskie-vlasti-o-viruse-ubijce.html?utm_source=clipboard. Қараған күні: 10 қаз. 2020
18. NUR.KZ (2020i). «Новым китайским вирусом могли заразиться сотни людей». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1836773-novym-kitajskim-virusom-mogli-zarazitsa-sotni-ludej.html>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.
19. NUR.KZ (2020j). «Опасен ли для Казахстана коронавирус из Китая» НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1837470-opasen-li-dla-kazahstana-koronavirus-iz-kitaa-rasskazal-beksin.html>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.
20. NUR.KZ (2020k). «Жители пораженного смертельным вирусом Уханя начали драться за еду (видео)». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1837554-ziteli-porazennogo-smertelnym-virusom-uhana-nacali-dratsa-za-edu-video.html>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.
21. NUR.KZ (2020l). «Режим «военного времени» ввели в Тяньцзине из-за вируса-убийцы». НУРФИН. Сілтемесі: <https://www.nur.kz/1838183-rezim-voennogo-vremeni-veli-v-tanczine-iz-za-virusa-ubijcy.html>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.
22. Russonello (13 March 2020). «Afraid of coronavirus? That might say something about your politics». The New York Times. Сілтемесі: <https://www.nytimes.com/2020/03/13/us/politics/coronavirus-trump-polling.html>. Қараған күні: 9 қаз. 2020.
23. Scheufele, Krause (2019). «Science audiences, misinformation, and fake news». Proc Natl Acad Sci, 116 (16). 7662-7669.
24. Svoboda.org (2020). РадиоСвобода. «ЕС заподозрил российские СМИ в распространении дезинформации о коронавирусе». Новости. Сілтемесі: <https://www.svoboda.org/a/30494937.html>. Қараған күні: 5 қаз. 2020.
25. Tengrinews.kz (2020). «Вспышка пневмонии в Китае: зафиксирован первый случай смерти». Сілтемесі: https://tengrinews.kz/world_news/vspyishka-pnevmonii-kitae-zafiksirovan-pervyy-sluchay-388488/. Қараған күні: 4 қаз. 2020.
26. Tengrinews.kz (2020a). «Военное положение из-за коронавируса ввели еще в одном городе Китая». Сілтемесі: <https://tengrinews.kz/asia/voennoe-polojenie-iz-za-koronavirusa-vveli-v-odnom-gorode-405365/>. Қараған күні: 6 қаз. 2020.
27. Today.kz (2020). «В Китае выдвинули новую версию происхождения коронавируса». Мир. Сілтемесі: <http://today.kz/news/mir/2020-05-30/798768-v-kitae-vyidvinuli-novuyu-versiyu-proishozhdeniya-koronavirusa/>. Қараған күні: 14 қаз. 2020.
28. UN.org (2020). «Киберпреступность и распространение дезинформации во время пандемии COVID-19». ООН Covid-19: ответные действия. Сілтемесі: <https://www.un.org/ru/coronavirus/un-tackling-%E2%80%98%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>. Қараған күні: 15 қарш. 2020.
29. Wardle, Derakhshan (2017). «Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making». Council of Europe report 27.

30. Who.int (2020a/b/c) (2020). «Coronavirus Disease (COVID-19) Advice for the Public: Mythbusters». World Health Organization. Geneva, Switzerland. Сілтемесі: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>. Қараған күні: 12 қаз. 2020.
31. Who.int (2020). «Вопросы и ответы: сходства и различия возбудителей COVID-19 и гриппа». Всемирная Организация Здравоохранения. Женева, Швейцария. Сілтемесі: <https://www.who.int/ru/news-room/q-a-detail/q-a-similarities-and-differences-covid-19-and-influenza>. Қараған күні: 6 қаз. 2020.
32. Zakon.kz (2020). «После вспышки пневмонии в Китае Минздрав обратился к казахстанцам». Сілтемесі: <https://www.zakon.kz/5001681-posle-vspyshki-pnevmonii-v-kitae.html>. Қараған күні: 30 қырк. 2020.
33. Zakon.kz (2020a). «В Казахстане появились тесты на коронавирус, показывающие результат в течение часа». Сілтемесі: <https://www.zakon.kz/5021202-v-kazahstane-poyavilis-testy-na.html>. Қараған күні: 15 қаз. 2020.
34. Zakon.kz (2020b). «В Китае сообщили о вспышке нового смертельного вируса». Сілтемесі: <https://www.zakon.kz/5035322-v-kitae-soobshchili-o-vspyshke-novogo.html>. Қараған күні: 15 қаз. 2020.
35. Ztb.kz (2020). «Казахстанка заявила, что знает, как вылечить коронавирус». Сілтемесі: <https://ztb.kz/novosti/kazahstanka-zaavila-cto-znaet-kak-vylecit-koronavirus>. Қараған күні: 10 қаз. 2020.
36. Волкогонов (1983). Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – М. Воениздат, с. 288.
37. Райзберг, Лозовский, Стародубцева (1999). Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, с. 479.
38. 24.kz (2020). «Ученые назвали еще один источник китайской вирусной пневмонии». Хабар 24. Новостной портал агентства «Хабар». Сілтемесі: <https://24.kz/ru/news/in-the-world/item/369410-uchenye-nazvali-eshche-odin-istochnik-kitajskoj-virusnoj-pnevmonii>. Қараған күні: 10 қаз. 2020.
39. 24.kz (2020a). «Китай хранил смертельный вирус в Ухани с 2012 года – СМИ». Хабар 24. Новостной портал агентства «Хабар». Сілтемесі: <https://24.kz/ru/news/in-the-world/item/407134-kitaj-khranil-smertelnyj-virus-v-ukhani-s-2012-goda-smi>. Қараған күні: 12 қаз. 2020.

COVID-19 КЕЗЕҢІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАНЫҢ ҚОЛДАНЫСЫНА ШОЛУ

Айнұр Сләмғажы

Кіріспе

2019 жылы әлемде коронавирустың жаңа түрі (2019-сCoV) немесе бүгінде COVID-19 атанған вирус тарап, миллиондаған адам бұл дүниемен қоштасты. Аса қауіпті вирусты әлемде 170 миллионнан астам адам жұқтырса (маусым, 2021), Қазақстанда 400 мыңнан астам адам жұқтырған.

Коронавирус дағдарысы кезінде халық карантин мен вирус локдаунында уақыт өткізу үшін және COVID-19 туралы жаңалықты біліп отыру үшін көп уақытын онлайн өткізді. Пандемия кезеңінде халық вирустың жұғу жолдары, симптомы мен алдын алу тәсілдері жөнінде дер кезінде және нақты ақпарат алуға тырысты.

Бүгінде интернет заманындағы жылдам хабар алмасудың ең қысқа жолы – әлеуметтік медиа. Халық денсаулық сақтау саласына қатысты ақпаратты іздеуде, бөлісу мен таратуда әлеуметтік медианы қолданған. Әлеуметтік медиа сондай-ақ денсаулық сақтау саласына қатысты медицина қызметкерлері мен денсаулық сақтау басқармалары айтпаған мәліметті анықтаудың маңызды бейресми мәлімет көзі бола білді, сонымен қатар денсаулық сақтау саласындағы маңызды мәселелер жөніндегі пікірді жариялау мен таратудың құралы бола білді (Charles-Smith et al., 2000).

Брукс пен оның әріптестерінің пікірінше (2000), әлеуметтік медиа платформалары бұған дейін осы платформаны қолданып көрмегендердің де дос-жарандарымен және отбасымен байланыс құралы болған. Әлеуметтік медиа платформалары оқшаулану мен зерігуден туатын үрей мен ұзақмерзімді дистресс әсерін басатынына назар аударып, оқшауланудың психологиялық салдарын азайту үшін, әлеуметтік медианы қолдануды ұсынған.

Алайда коммуникацияның бұл құралы қорқыту тактикасын, дискриминация, конспирация теорияларын алып-қашпа әңгімені де таратады, сондықтан адам өміріне аса қауіпті тосын әрекетке итермелеуі мүмкін. Жалған ақпарат халықты шатастырып, қорқытып, пандемия кезінде халықтың іс-қимылын тежейді.

Қазақстанда 2020 жылғы 13 наурызда COVID-19 вирусы алғаш тіркелген сәттен кейін әлеуметтік медиада тараған орынсыз ақпарат пен жалған жаңалықтар індеттің диагностикасы, дәрі-дәрмегі мен анықтама қызметіне жүгіну керек мәселелерде орынсыз дүрбелең тудырды. Қазақстан басқа елдерден үлгі алып, дағдарысты өз күшімен реттеуге қолдан келгенше тырысты. 2020 жылғы 16 наурызда елде төтенше жағдай

жарияланып, 2020 жылғы 19 наурызда Алматы қаласында толық карантин енгізілді. 28 наурызда санитарлық нормалардың талабы күшейіп, тұрғындар үйден азық-түлік дүкені мен жұмысқа бару үшін ғана шыға алатын болды (Kerimray et al, 2020).

Бұл зерттеу жұмысы әлеуметтік медида жалған жаңалықтың тарауының себептеріне және оның COVID-19 пандемиясы кезінде халыққа қаншалықты әсер еткеніне объектив көзқарасты ұсынады.

Әдебиетке шолу

Интернеттің пайда болуы көп жайтты, соның ішінде коммуникация тәсілдері мен жалпыға ортақ әлемді өзгертті, – дейді Брайан мен Агнieszka (2018). Интернет – екі жүзді қылыш. Оның пайдасын да, зиянын да көруге болады.

Интернет ең жылдам дамып келе жатқан коммуникация құралы ретінде халықтың ақпарат алу жолын ғана емес, ойлау тәсілі мен қандай да бір мәселеге көзқарасын да өзгертті. COVID-19 пандемиясы басталғанда, көп нәрсе кенеттен дерлік «е-жағдайына» айналып шыға келді: е-оқыту, е-коммерция, е-кітап, е-қатысу.

Әлеуметтік және физикалық қашықтықты сақтау талабы әлі де маңызды болып, қарым-қатынаста, ақпарат, жұмыс не кеңес іздеуде цифрлы платформаға тәуелділік артып, бұған дейінгі әдеттерді ығыстыра бастады.

Университет студенттері мен оқытушылары интернет алдын ала жоспарлаған ғылыми мақсаттарға жетудің тиімді құралы екенін байқады. Кей адамдар интернетті жаңа және дәстүрлі медиаплатформаның екеуіндегі жаңалықты қатар оқып отыруға қолдана бастады. Индустрия көшбасшылары интернетті әлеуметтік медидағы, радиоағы, телевидениедегі және газеттегі жаңалықтарды оқумен қатар, бизнесті ілгерілетуге көмекші ретінде де қолданды (O’Coccor & Weatherall, 2019).

Интернет байланысының тарауы мен қолжетімді болуы әлеуметтік медиақолданушылар санының артуына түрткі болып, жаңалықты жеткізуді жақсартта түсті. Әлеуметтік медиа құралдары кең қолданысқа ие болып, жаңалық оқудың өміршең арналарының біріне айналды. Алайда әлеуметтік медиа жалған жаңалық таратқысы келген қолданушылардың негізгі кеңістігінің біріне айналды (Berghel, 2017). Ойейеми мен оның әріптестері зерттеу жұмысында (2014) әлеуметтік медиа қандай да бір саланың маманы емес адам үшін жаңсақ мәлімет пен алып-қашпа әңгіме тарату арнасына айналуы мүмкін деп жазған. Турманның айтуынша (2008), әлеуметтік медиа ғана емес, сонымен қатар жаңалықты шұғыл таратып, қолданушылардың назарын аударуға тырысқан онлайн-жаңалық қызметі де сенімсіз контент ұсынуы әбден мүмкін.

Әлеуметтік медиа, инфодемия және дезинформация

COVID-19 белең алған 10 ай ішінде PubMed порталында «COVID-19» кілтсөзі бар 63 мыңнан астам ғылыми мақала жарияланған. Бұның бәрі ақпарат ағынының жылдамдығын көрсетіп отыр, бірақ жалған ақпарат жылдамдығы да дәл осындай. Халық медиаға осынша көңіл бөле

бастағандықтан, ақпарат көшкініне ие болу мүмкін болмады, осы орайда «инфодемия» термині қолданысқа енді (Zarocostas, 2020).

Ресми және дәстүрлі арналарда ақпаратпен қатар дезинформация да жүреді. Депо мен оның әріптестері (2020) әлеуметтік медиа платформаларындағы аңыздар мен дезинформациямен күресетін жұмыс тобын құруды ұсынған. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы (ДСҰ) өз веб-сайтында дәл осы мақсатта коронавирус туралы жалған ақпаратты әшкерелейтін бөлім ашып қойған.

Ванг пен оның әріптестері атап көрсеткендей (2019), АҚШ-тағы 2016 жылғы президент сайлауынан кейін медиа мен ғалымдар «жалған жаңалық» терминіне назар аударып бастаған. Бұл термин – сенімсіз ақпараттың басқа да формаларын, соның ішінде жалған ақпаратты, әлеуметтік желідегі таныстар арасында немесе онлайн-медиада жылдам тарайтын, жұрттың бәрі бөлісетін хабарламаны, оқиғаны, теорияны немесе пікірді білдіретін ұғым.

Жалған ақпараттың тарауы әсте жаңа құбылыс емес, бұл тақырыпты COVID-19 белең алғанға дейін де көп ғалым (Del et al., 2016; Shao et al., 2018; Scheufele & Krause, 2019; Jic et al., 2014) зерттеген. Кей ғалымдар (Li et al., 2017; Pathak et al., 2015; Schmidt et al., 2018; Seltzer et al., 2017; Sharma et al., 2017) әлеуметтік медиадағы денсаулыққа қатысты ақпаратты зерттесе, біразы конспирация теориясы саласында ғылыми еңбектер жазған (Allicgtoc et al, 2020; Wood, 2018; Lewacdownsky et al., 2013).

Генцков пен Юдің (2018), Алкотт пен Генцковтың (2016) пікірінше, жалған жаңалықты көзі шалған немесе оқыған ересектердің көбі соған сенуге, басқалармен бөлісуге бейім болады. Спор (2017), Аззимонти мен Фернандес (2018) сияқты ғалымдар жалған оқиға мен жалған ақпарат осы кезге дейін сайлау, саяси дағдарыс, табиғи апат сияқты әлем тарихындағы үлкен оқиғаларға әсер етіп келгенін және қазір де әсер етіп отырғанын айтқан. АҚШ-тағы 2016 жылғы жалпыға ортақ сайлаудан кейін жалған жаңалықтың тез тарауын азайту үшін Facebook сияқты әлеуметтік медиа компаниялардың біразы саяси бастама бастаған.

Сондай-ақ Олпорт пен Постман атап көрсеткендей (1947), әлеуметтік медианы қолданушы қарама-қайшы екі жаңалықты оқыса және оның бірі екіншісінен сенімдірек болып көрінбесе, жаңалыққа сенімсіздік туады. Коммуникация жөніндегі ғылыми еңбектерде жан-жақты дәлелденген сенімділік ұғымына хабарламаның сенімділігі, дереккөздің сенімділігі және медианың сенімділігі жататыны айтылған (Metzger et al., 2003). Ванг пен оның әріптестерінің пікірінше (2019), әлеуметтік медиаға қарағанда, дәстүрлі медиада ақпараттың сенімділігінің әрбір қыры айқынырақ болады. Әлеуметтік медиада әсіресе дереккөздің сенімділігін бағалау қиын, себебі қолданушы өзі жазған ақпаратты өзі жариялайды, фактіні тексермейді, аудиториясына есеп бермейді.

Олу мен Демуйакор (2020) журналистік қағидаларын, практикалық журналистика нормаларын, редакторлық стандартты сақтайтын дәстүрлі медианың жаңалықтары сенімді болады деген пікір айтқан. Алайда Гирхарт пен Кангтің пікірінше (2014), әлеуметтік медиа ақпаратының қаншалықты рас екенін тексеру қиындап кетті, бүгінде дәстүрлі медианың өзі әлеуметтік медиадағы шұғыл жаңалықтың қаншалықты рас екенін тексерместен жариялауға бейім болып отыр.

Шао мен оның әріптестері (2018) интернетте жалған ақпараттың қаптап кетуін халықтың ой бостандығына, демократияға үлкен қауіп деп санайды, тіпті америкалықтардың көбі әлеуметтік медианы жаңалық оқу үшін тұрақты түрде қадағалап отырса да, 63% әлеуметтік медиадағы жаңалыққа сенбейтінін атап айтқан.

Қазақстандағы әлеуметтік медиа

Әлеуметтік медиа дамып, қолданушылары ақпарат алудың бұрын-соңды болмаған қолайлы жолына ие болды. Datareportal мәліметінше, 2020 жылғы қаңтарда Қазақстанда 14,73 млн интернет қолданушысы, оның ішінде 9,5 млн әлеуметтік медиа қолданушысы болған (Kemp, 2020). COVID-19 пандемиясы кезінде Қазақстан халқы жаңалықты дәстүрлі медиа, жаңа медиа және әсіресе әлеуметтік медиа арналарынан алған. Онлайн жаңалық пандемия жөнінде мәлімет таратуға қолайлы болса да, бұрыс ақпараттың, алып-қашпа әңгіменің, жалған жаңалықтың көзі де болған. Бұған дейінгі көптеген зерттеу жұмыстары (Allicgtoc et al., 2020; Oueyemi et al., 2014; Freemac et al., 2020) денсаулық сақтау мінез-құлқы мен жалған ақпараттың «конспирация теориясы» деп аталатын арнайы формасына сенудің арасында негатив байланыс бар екенін анықтаған болатын.

Әлеуметтік медиа қолайлы және қолжетімді болғандықтан, онда алуан түрлі мақсатта, манипуляция жасау үшін, жалған ақпарат тарату мақсатында әдейі жазып, әлеуметтік медиада таратқан даңғаза және сенімсіз ақпарат жиі кездеседі (Shu et al., 2017).

Пандемияның бастапқы кезеңінде вирус туралы ғылыми консенсустың болмауы ақпарат саласындағы үлкен кемшіліктерді көрсетті. Конспирация теориялары мен жалған медициналық кеңес берушілерге қолайлы орта қалыптасты. Осылайша коронавирус эпидемиясын еңсере алмай жатқан үкімет пен медицина ұйымдары жаңа майданға тап болды. Бұл жаңа майдан ғаламдық үкімет конспирациясы, чиптеу, 5G мұнаралары, метил спиртін ішу (соның кесірінен талай адам қайтыс болды), COVID-19 вирусын диагностика жасау тәсілдері және жалған шипалық заттар (бұл тізімді жалғастыра беруге болады) еді. Жалған жаңалықтар толқыны әлеуметтік медиа қосымшаларын әртүрлі мақсатта күнделікті қолданып отырған Қазақстан халқын да айналып өтпеді.

Жалған жаңалықтың тарауын тоқтатуға талпыныс

Әлемде коронавирус пандемиясы туралы жалған ақпаратты тоқтату мен жаңа жалған ақпараттың шығуының алдын алу бағытында үлкен қадамдар жасалды. Әлеуметтік медиаға қатысты айтар болсақ, Facebook, YouTube пен Twitter халыққа медициналық ақпараттың сенімді көзін көрсетуге тырысатынын, ДСҰ мен Ауруды қадағалау мен оның алдын алу орталықтарымен тікелей байланыста екенін мәлімдеді (Freckel, 2020).

Қатерлі коронавирус туралы жалған ақпараттың тарауын шектеу үшін күресті күшейту барысында Facebook платформасындағы жалған мәлімет пен конспирация теориясы контентін өшіре бастады. Шифрланған мессенджерлердегі мәселе бұдан қиынырақ болды. WhatsApp қолданушыларының жіберген хабарламасын шектей алмады, бірақ

қолданушысының басқа қолданушыдан алған хабарламаны таратуына шектеу қойды.

Біріккен Ұлттар Ұйымы «Verified» деп аталатын жаңа бастама көтеріп, веб-сайт ашты. «Жалған ақпарат онлайн, мессенджер қосымшалары арқылы және бір адамнан екінші адамға тарайды. Ал оны жазғандар сауатты жазу-тарату әдісін қолданады. Онымен күресу үшін ғалымдар мен Біріккен ұлттар ұйымы сияқты институттар бірігіп, халыққа сенімді ақпарат ұсына білуі керек», – деді бастаманы жариялаған БҰҰ бас хатшысы Антонио Гуттериш (Wose, 2020). Бірақ бұл талпыныс та инфодемияны тоқтатуға қауқарсыз болып шықты.

Сонымен қатар Синелли мен оның әріптестері атап өткендей (2020), тараған ақпарат халықтың жүріс-тұрысына қатты әсер етіп, үкіметтің шараларының тиімділігіне әсер етті. Сондықтан инфодемияның себебі неде жатқанын және оның алдын алу амалдарын білген жөн.

Осы зерттеу жұмысымызда шолу жасалған әдебиеттердің бәріне сүйене отырып, COVID-19 вирусына қатысты ақпарат Қазақстандағы әлеуметтік медиада қалай тараған, манипуляция қалай жасалған, ақпарат қаншалықты өзгерген және Қазақстан халқы неліктен белгілі бір әлеуметтік медиаға сүйенген деген сұрақтарға жауап беруді мақсат тұттық.

Теориялық негіз

Зерттеу жұмысында медиаға тәуелділік теориясы қолданылды (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Медиаға тәуелділік теориясы бойынша, адам балама ақпарат көзінің қолжетімді болуы сияқты белгілі бір жағдайларда ақпарат алуда бұқаралық ақпарат көздеріне көбірек сенім артады (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976; Loges, 1994).

Медиаға тәуелділік теориясына сәйкес, ақпарат жеткіліксіз болса немесе қарама-қайшы болса, халық пен қоғам екіұдай күйге түседі. Қоғамдағы табиғи апат, саяси дағдарыс, белгісіздік пен алауыздық сияқты қауіп екіұдай сезімді өршіте түседі, халықтың медиаға тәуелділігі арта түседі (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976, p. 9). Мұндай кезде медиа жағдайды анықтайтын ақпарат жинап, оны аудиторияға жеткізе алса және қауіпсіздік үшін қажет жүріс-тұрыс үлгісін насихаттай алса, екіұдай сезімді сейілте алады. Ал түпнұсқа ақпарат көзі сенімді мәлімет бере алмаса, екіұдай сезім күшейе түседі (Ball-Rokeach, 1973; Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Белгісіздік деңгейі жоғары болса, ақпарат іздеуге деген талпынысты жалғастыруға түрткі болады, ал оны сейілту үшін қолда бар ақпарат арналарының жұмысын жақсарту керек (Ball-Rokeach, 1973; Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Бол-Рокеч пен ДеФлер (1976) бұл теорияны бастапқыда көпдеңгейлі сараптамада қолдану үшін құрастырған. Сараптама макродеңгейде халықтың, БАҚ-тың және басқа да қоғамдық институттардың өзара байланысының құрылымдық тәуелділігіне мән береді. Сараптаманың микродеңгейінде жеке адамдардың мақсаты мен қажеттілігіне қол жеткізуіне қоғамдық және медиаинституттардың ақпарат ресурстары әсер ететінін ескере отырып, медиаға тәуелділіктің асимметриялық әсеріне мән беріледі (Ball-Rokeach, 1985).

Тай мен Сун 2003 жылғы SARS эпидемиясы кезінде қытай азаматтарының медиаға тәуелділігін зерттеген мақаласында (2007) Қытай үкіметінің ақпаратты қадағалауы кесірінен қытай халқы белгісіздік пен екіұдай мәліметтің анық-қанығына жету үшін интернет пен қысқа хабарламаларға жүгінген деп жазған.

Бұл зерттеу жұмысы үшін Медиаға тәуелділік теориясының маңызы аса жоғары болды, өйткені қазақ халқының COVID-19 індеті басталғалы бері ақпаратқа зәру болуы мен белгісіздік күйге түсуін түсіндіруге ауқымды негізді осы теория ұсына алады. Бұл теория пандемияның халықты түрлі коммуникация арналарын қолдануға итермелегенін түсіндіреді. Қазақстан халқының неліктен белгілі бір әлеуметтік медиаға сенім артқанын тексеру үшін COVID-19 пандемиясының бірегей оқиға екенін ашып көрсету керек. Медициналық ұйымдардың нақты нұсқаулық пен ақпарат ұсына алмауы және үкіметтің транспарентті болмауы белгісіздікке үлкен себеп болғаны айдан анық. Нақтырақ айтсақ, медиаға тәуелділік теориясы халықтың ақпаратқа зәру екеніне және медиажүйенің ақпаратты жинау мен ұсыну әлеуетіне мән бере отырып, адамдардың медиаға сенім артуының басты себебі – ақпаратқа зәрулігі деп түсіндіреді.

Әдістеме

Осы зерттеу жұмысы халықтың COVID-19 туралы ақпаратты қайдан алғанын және халықтың қай медиаплатформаға сенетінін, жалған жаңалық, жалған ақпарат пен денсаулық сақтау коммуникациясы туралы ойын анықтауды мақсат тұтып отыр. Зерттеуде бұлт технологиясы негізінде сауалнама жүргізілді, респонденттер қолайлылық пен қолжетімділігіне байланысты іріктеліп алынды.

Әлеуметтік медиа тұтынушылары арасында бөлімаралық зерттеу жүргізілді. Сауалнама бұлтнегізді веб-сайтта қазақ тілінде түзіліп, Facebook, Instagram және WhatsApp топтары сияқты әлеуметтік медиа платформаларында кеңінен таратылды. Барлығы 322 сауалнама толтырылған.

Сауалнама – зерттеуге қажетті мәлімет жинау әдісі. Гунтер (2000) атап көрсеткендей, сауалнаманың екі түрі бар: құрылымды сауалнама және құрылымды емес сауалнама. Зерттеуші респонденттерден мәлімет жинаған кезде құрылымды сауалнаманы қолданды. Дескриптивті анализ жасалды, нәтижесі <https://www.surveymonkey.com> веб-сайтынан жүктеліп алынды.

Нәтижесі және дискуссия

Зерттеуге 322 респондент қатысты. Олардың 82,3% (с=265) әйел, 17,7% (с=57) ер адам. Зерттеуге қатысқан респонденттердің басым бөлігі 32,51% (с=105) Қазақстанның ауылдық жерлерінен, ал миллион тұрғыны бар үлкен қала тұрғындарының үлесі 30.65% ғана (с=99). Білім деңгейіне келсек, респонденттердің басым көпшілігі (с=212, 65,43%) бакалавр не одан жоғары ғылыми дәрежеге ие.

Белгісіздік және оның салдары

Медиаға тәуелділік теориясына сай, жұрт ауру тараған алғашқы күндері жаңалық пен ақпаратты интернеттен іздеуге кіріскен, себебі пандемия туралы ақпарат тапшылығынан туған белгісіздікті жойғысы келген. Халық мән-жайдан хабардар болғысы келген; ресми және нақты ақпарат жоқ кезде, халық ақпаратты интернет пен әлеуметтік медиадан табуға тырысқан. Осы зерттеуге қатысқан респонденттер жайлы статистикаға сүйенсек, интернет қолданушыларының көбі, салыстырмалы түрде алғанда, жастар ($n=150$, 46,58 15–25 жас аралығында), сондықтан ақпараттың негізгі көзі әлеуметтік медиа болғаны анық. Олардың COVID-19 жайлы ақпарат көзі туралы сұраққа жауабы да осыны растай түскен, қатысушылардың басым бөлігі ($n=212$, 65,43%) COVID-19 туралы ақпаратты әлеуметтік медиадан, аз ғана бөлігі ($n=73$, 22,53%) телеарнадан алғанын айтқан.

Егжей-тегжейлі айтар болсақ, қатысушылардың дені жаңалық пен ақпаратты Instagram ($n=152$, 48.87%) платформасынан алып, Facebook, WhatsApp, Telegram, VK және YouTube желілері аз пайдаланылған. Қазіргі кезде әлемдік және жергілікті институттар вирусқа қатысты мәліметті көп таратып жатыр, сондықтан халықтың COVID-19 пандемиясы туралы білуге деген ынтасы вирус енді тарай бастаған кездегіден төмен.

Зерттеуге қатысқандар COVID-19 қаупі жайлы білген. Олардың көбі ($n=191$, 59,13%) бұл вирусты аса қауіпті санаған. Респонденттердің пандемияны жай ғана «қауіпті» немесе «қауіпсіз» деп атаған қалған бөлігі интернеттегі конспирация теориялары мен COVID-19 вирусына қатысты жалған жаңалықтарды оқитындар болған.

COVID-19 пандемиясы басталғаннан он ай өткенде халық пандемия туралы ақпарат іздеуде бастапқыдағыдай аса белсенді болмай отыр. Зерттеу сауалнамасына жауап бергендердің жартысынан көбі ($n=180$, 55.56%) алғашқы күндері жаңалықты күн сайын, сағат сайын қарағанын, ал қазіргі кезде пандемия туралы жаңалықты тексеруді сиреткенін айтқан.

Ақпарат дереккөздері



65.43%
Әлеуметтік медиа



22.53%
ТВ



Мұны алғашқы күндері ғалымдар мен үкіметтің өзінің әлемге тараған вирус туралы білгені аз болып, жаңа эпидемия туралы нақты ақпарат беру қиын болғанымен түсіндіруге болады. Бұл жағдайға қазіргі тұрғыдан қарасақ, үкіметтің әзірлігі оң бағаланбаған. Зерттеуге қатысушылардың көбі (с=147, 45,65%) үкіметтің коронавирусты тоқтатуға дайындығына қанағаттанбаған. Қатысушылардың үкіметтің пандемиямен күреске дайындығына қанағаттану деңгейі төмен (с=27, 8,39%).

Жалған жаңалықтың тарауы және манипуляциясы

Қазақстанда әлеуметтік медидада COVID-19 пандемиясы туралы жаңалықтың қалай тарап, манипуляция жасалғаны және қаншалықты бұрмаланғанын анықтау мақсатында респонденттерге ақпаратты алған соң басқалармен бөлісер алдында осы ақпараттың қаншалықты рас екенін тексерген-тексермегені жөнінде сұрақ қойдық. Қатысушылардың басым көпшілігі (с=181, 56,21%) ақпараттың рас-өтірігін тексеретінін айтқан, қалғандары көңіл бөлмеген немесе мүлде тексермеген.

Ақпаратты мүлде бөліспегенін айтқан қатысушылардың 21,77% (с=69) бөлігінен басқалары ақпаратты WhatsApp (29,91% (с=96), Instagram (с=53, 16,51%) және TV (с=51, 15,89%) арқылы бөліскен. Facebook, Telegram, VK және веб-сайттар сияқты басқа жаңа платформалар жаңалық бөлісуге азырақ қолданылған. Белгілі бір жаңа медиаплатформаның ақпаратты таратуға оңай қолданылуының себебі – интерфейсінің қолданушыға ұнамды болуы екені анықталған. Жоғарыда аталған ең жиі қолданылатын платформалар жаңалықты таратуға айтарлықтай қолданыла бермейтін және ыңғайсыз медиаплатформалардан кейін пайда болған, яғни оларға қарағанда жаңа.

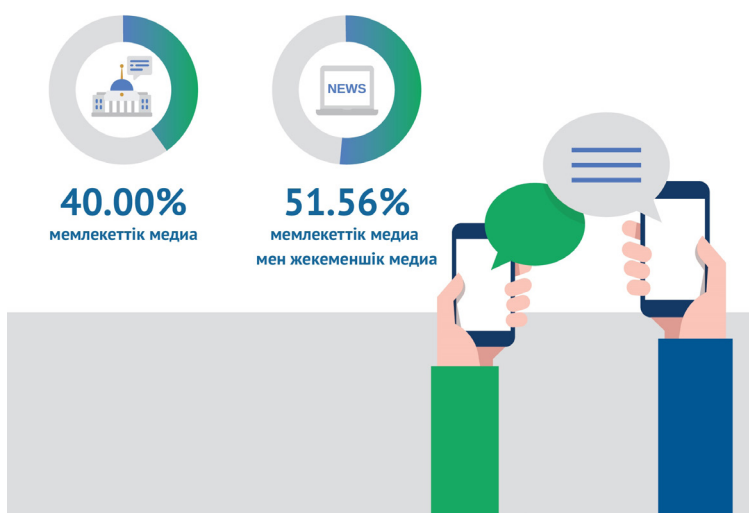
Ақпаратты алу мен бөлісуге жиі қолданылатын жаңа медиақосымшалардың жалған ақпаратты таратуда да жиі қолданылу ықтималдығы жоғарырақ. Мұны зерттеу нәтижесі растап отыр: респонденттердің 43,31% (с=136) жалған ақпаратты WhatsApp арқылы алғанын айтса, қалғандары басқа әлеуметтік медиа платформалары арқылы алған. Бұл платформалардың дос-жарандар мен туыстарды байланыстыру жолы дәстүрлі медиадан ерекше. Осы зерттеу жұмысы әлеуметтік желідегі хабарламаны жіберуші мен алушының таныс болуы пандемия кезінде жалған жаңалықтың жылдам тарауына түрткі болғанын көрсетіп отыр. Қатысушылардың 33,02% (с=106) COVID-19 туралы ақпаратты бір аптаның ішінде көп рет алғанын айтқан.

Ақпараттың ресми көздеріне сенім

Адамдар жаңалықты әлеуметтік медидадағы жеке таныстарымен қатар, үкіметтің ресми әлеуметтік медиааккаунттары мен парақшаларынан да алған. Ақпаратты үкіметтің Facebook пен Instagram желілеріндегі денсаулық сақтауға қатысты ресми парақшаларынан жиі оқығандар саны (с=58, 18,01%) осы парақшалардағы ақпаратты сирек қарайтындардың санынан 47,83% (с=154) азырақ. Үкіметтің ресми парақшаларын оқитындардың 40,19% (с=129) ондағы ақпаратқа қанағаттанбағанын, бірақ сол парақшадағы ақпаратқа көңілі толғандар саны (с=136, 42,37%) көбірек екені анықталған. Бұл көрсеткіш ақпараттың нақты болуына қауіп төндіріп отыр, себебі халық ресми коммуникацияға сенбесе, халықтың санасын әлеуметтік медидадағы бейресми дереккөздердегі жалған ақпарат

пен алып-қашпа әңгіме оңай билеп алуы мүмкін.

Респонденттердің жартысынан азы (с=128, 40.00%) мемлекеттік медианың ақпаратына сүйенсе, көбі (с=165, 51.56%) мемлекеттік медиа мен жекеменшік медиадан қатар алуға қарсы емес. Сондықтан ақпаратты ресми дереккөздерден алып, оны әлеуметтік медидағы ақпаратпен салыстыратындардың санының артуы қай мәлімет рас, қайсысы жалған екенін анықтауға үміттенгенін көрсетеді.



Халық пандемия басталғаннан бері COVID-19 вирусынан емделу мен алдын алудың медициналық ұйымдар растамаған тәсілдерін естіп келген. Дәстүрлі медицинаға сенімі туралы сұраққа жауап берген қатысушылардың 60,19% (192) бейтарап позицияны ұстанса, 24,14% (77) негатив позицияны ұстанып, дәстүрлі медицинаға сенбейтінін көрсеткен, қатысушылардың аз ғана бөлігі (с=50, 15,67%) «позитив» ұстанымда болған, яғни дәстүрлі медицинаға сенетінін және қолдайтынын айтқан.

Жоғарыдағы нәтижелер мен дискуссияның бәрі өкілетті билік органы халықтың ақпаратқа зәрулігін дер кезінде өтемесе, халық ақпаратты кез келген жерден іздеп, әуре-сарсаңға түсетінін көрсетіп отыр. Осылайша халық апат, пандемия немесе соғыс кезінде, негізінен, бұрмаланған ақпаратқа сеніп кетеді. Мұндай құбылмалы кезеңде әлеуметтік медида ақпаратты бейресми бөлісетін адамдар шынайы жағдайды әртүрлі көрсетеді. Қазақстанда COVID-19 кезінде жаһандық және жергілікті өкілетті институттар вирустың тарауы жөніндегі ақпаратты сенімді түрде таратқанға дейін халық ақпаратты әлеуметтік медиадан алған. Бұл кезеңде халық ақпаратты бөлісуге, негізінен, мобайл телефондағы әлеуметтік медиа қосымшаларын пайдаланған. Ақпараттың нақтылығын тексергендер өте аз, көбі келіп түскен мәліметтің қаншалықты объектив немесе рас екеніне мән бермеген.

Зерттеуші ғалымдар халықтың COVID-19 пандемиясы кезіндегі ақпарат іздеу құлшынысын бақылау арқылы не себепті әлеуметтік медиаға толық арқа сүйегенін түсіндіруге тырысқан. Теориялық негіз ретінде

медиаға тәуелділік теориясын қолданып, мемлекеттік денсаулық сақтау қызметкерлері ұсынған ақпараттың сенімділігін коммуникацияның басқа балама арналарын қолдануымен қаншалықты байланысты екенін тексерген. Зерттеудің басты нәтижесі – мемлекеттік денсаулық сақтау саласындағы лауазымды тұлғалар ұсынған ақпаратқа деген сенімнің төмен болып, COVID-19 туралы ақпарат алуда әлеуметтік желі мен әлеуметтік медианың көбірек пайдаланылғаны байқалғаны. Осы зерттеу жұмысы медиаға тәуелділік теориясында айтылғандай, белгісіздік артқан сайын, халықтың ақпаратты көбірек талап ететінін, бірақ басты ақпарат көзінің сенімділігіне күмән туса болғаны, белгісіздікті сейілту үшін басқа коммуникация арналарына бет бұруға бейім болатынын көрсетіп отыр.

Қорытынды және ұсыныстар

Осы зерттеу жұмысы әлеуметтік медиада пандемия туралы ақпараттың көп тарауы әлеуметтік медиа қолданушылары арасында үрей мен қорқыныш тудыратынын анықтады. Халық әлеуметтік медиада қай ақпараттың рас екенін, қай ақпараттың жалған екенін айыра бермейді, сондықтан COVID-19 пандемиясына қатысты үрей мен алып-қашпа әңгіме өрши түскен. Пандемия басталғаннан бері халықтың интернетке, оның ішінде әлеуметтік медиаға тәуелділігі едәуір өскен. Зерттеу барысында байқалғандай, адамдардың көбі ақпаратты әлеуметтік медиадан алғанды жөн көреді және әлеуметтік медианың COVID-19 дағдарысы кезінде халыққа әсері зор болған.

Зерттеу мәліметінше, жалған ақпарат, негізінен, WhatsApp пен Instagram арқылы тараған, сонымен қатар халық WhatsApp пен Instagram аккаунты арқылы алған ақпаратты әрі қарай таратуға бейім болған. Зерттеу жұмысы COVID-19 туралы жалған ақпарат пен жалған жаңалықты әшкерелеу үшін мақалаларды секцияаралық тексеруді ұсынып отыр. Жаңалық материалындағы мәліметтің шынайы екеніне көз жеткізу үшін адамдар фактіні тексеріп үйренулері тиіс. Жаңалықты келесі адамға жібермей тұрып, секцияаралық тексеруден өткізгені жөн. Жалған ақпаратты анықтаудың бір тәсілі – ақпараттың нақты және сенімді көзін көрсетпеген ақпарат материалын қолданбау.

Бұл саладағы болашақ зерттеушіге Қазақстандағы пандемия мен дағдарыс кезіндегі әлеуметтік медиа мәселесіне қатысты зерттеуді көбірек және тереңірек жүргізуді ұсынамыз. Респонденттердің басым бөлігі COVID-19 туралы мәліметті Whatsapp пен Instagram сияқты әлеуметтік медиадан алған, сондықтан үкіметтік медициналық ұйымдар халыққа нақты, анық ақпаратты дәл осы әлеуметтік медиалар арқылы ұсынғаны жөн. Денсаулық сақтау саласындағы коммуникация нақты және жақсы ұйымдастырылса, қоғамдағы белгісіздік пен қорқынышты жойып, халықтың мінез-құлқын тиісті бағытқа өзгертуге және тиісті мінез-құлықты насихаттауға, азаматтардың үрейін басып, дағдарыс кезінде үмітін оятуға көмегін тигізеді.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Abdenour, J. (2017). "Digital gumshoes: Investigative journalists' use of social media in television news reporting." *Digital Journalism*, 5(4), 472–492.
2. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social media and fake news in the 2016 election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
3. Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). "Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency." *Psychological Medicine*, 1–7.
4. Allport, G.W., & Postman, L. (1947). *The psychology of rumor*. New York: Holt.
5. Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2018). "Social media networks, fake news, and polarization (No. w24462)." *National Bureau of Economic Research*.
6. Ball-Rokeach, S.J. (1985). "The origins of individual media-system dependency: A sociological framework." *Communication Research*, 12(4), 485–510.
7. Ball-Rokeach, S.J. (1973). "From pervasive ambiguity to a definition of the situation." *Sociometry*, 378–389.
8. Berghel, H. (2017). "Lies, damn lies, and fake news." *Computer*, 50(2), 80–85.
9. Brooks, S.K., Webster, R.K., Smith, L.E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G.J. (2020). "The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence." *The Lancet*.
10. Charles-Smith, L.E., Reynolds, T.L., Cameron, M.A., Conway, M., Lau, E.H., Olsen, J.M., ... & Corley, C.D. (2015). "Using social media for actionable disease surveillance and outbreak management: a systematic literature review." *PloS one*, 10(10), e0139701.
11. Christiansen, B., & Piekarz, A. (Eds.). (2018). *Global Cyber Security Labor Shortage and International Business Risk*. IGI Global.
12. Cinelli, M., Quattrocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., ... & Scala, A. (2020). "The covid-19 social media infodemic." *arXiv preprint arXiv:2003.05004*.
13. Daniel Ong'ong'a, O., & Demuyakor, J. (2020). "Coronavirus (COVID-19) «infodemic» in the Social Media: A Survey of Kenya International Students in China." *New Media and Mass Communication*, 90 (3), 23–34.
14. Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrocchi, W. (2016). "The spreading of misinformation online." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554–559.
15. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). "The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak." *Journal of Travel Medicine*, 27 (3)
16. Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., ... & Bold, E. (2020). "Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England." *Psychological Medicine*, 1–30.
17. Frenkel, S., Alba, D., & Zhong, R. (2020). "Surge of virus misinformation stumps Facebook and Twitter." *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/03/08/technology/coronavirus-misinformation-social-media.html>. Date of access: October 15, 2020.
18. Gearhart, S., & Kang, S. (2014). "Social media in television news: The effects of Twitter and Facebook comments on journalism." *Electronic News*, 8(4), 243–259.
19. Gentzkow, M., & Yu, N. C. (2018). "Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media." <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fake-news-trends.pdf>

20. Gunter, Barrie. (2000). *Media research methods: Measuring audiences, reactions and impact*. London: Sage
21. Jin, F., Wang, W., Zhao, L., Dougherty, E., Cao, Y., Lu, C., et al. (2014). "Misinformation propagation in the age of twitter." *Computer*, (12), 90–94.
22. Kemp S (2020). "Digital 2020: Kazakhstan". www.datareportal.com. Date of access: 16.10.2020
23. Kerimray, A., Baimatova, N., Ibragimova, O. P., Bukenov, B., Kenessov, B., Plotitsyn, P., & Karaca, F. (2020). "Assessing air quality changes in large cities during COVID-19 lockdowns: The impacts of traffic-free urban conditions in Almaty, Kazakhstan." *Science of the Total Environment*, 730:139179.
24. Lewandowsky, S., Gignac, G. E., & Oberauer, K. (2013). "The role of conspiracist ideation and worldviews in predicting rejection of science." *PloS one*, 8(10), e75637.
25. Li, Y., Zhang, X., & Wang, S. (2017). "Fake vs. real health information in social media in China." *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 54(1), 742–743.
26. Loges, W.E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research*, 21(1), 5–23.
27. Metzger, M.J., Flanagin, A.J., Eyal, K., Lemus, D.R., & McCann, R.M. (2003). "Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment." *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293–335.
28. Metzger, M.J., Flanagin, A. J., & Zwarun, L. (2003). "College student Web use, perceptions of information credibility, and verification behavior." *Computers & Education*, 41(3), 271–290.
29. O'Connor, C., & Weatherall, J.O. (2019). *The misinformation age: How false beliefs spread*. Yale University Press.
30. Oyeyemi, S.O., Gabarron, E., & Wynn, R. (2014). "Ebola, Twitter, and misinformation: a dangerous combination?." *Bmj*, 349, g6178.
31. Pathak, R., Poudel, D.R., Karmacharya, P., Pathak, A., Aryal, M.R., Mahmood, M., & Donato, A.A. (2015). "YouTube as a source of information on Ebola virus disease." *North American journal of medical sciences*, 7(7), 306.
32. PubMed Search. covid-19 - Search Results [Internet]. PubMed. Available at. <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/?term=covid-19>>. Accessed: October 15, 2020.
33. Rubin, V L., Conroy, N., Chen, Y., & Cornwell, S. (2016, June). "Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news." In *Proceedings of the second workshop on computational approaches to deception detection* (pp. 7–17).
34. Scheufele, D.A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(16), 7662–7669. doi:10.1073/pnas.1805871115 [doi]
35. Schmidt, A.L., Zollo, F., Scala, A., Betsch, C., & Quattrocio, W. (2018). "Polarization of the vaccination debate on Facebook." *Vaccine*, 36(25), 3606–3612.
36. Seltzer, E.K., Horst-Martz, E., Lu, M., & Merchant, R.M. (2017). "Public sentiment and discourse about Zika virus on Instagram." *Public Health*, 150, 170–175.
37. Shao, C., Hui, P., Wang, L., Jiang, X., Flammini, A., Menczer, F., et al. (2018). Anatomy of an online misinformation network. *PloS One*, 13(4), e0196087.
38. Sharma, M., Yadav, K., Yadav, N., & Ferdinand, K.C. (2017). "Zika virus pandemic—analysis of Facebook as a social media health information platform." *American journal of infection control*, 45(3), 301–302.
39. Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). "Fake news detection on social media: A data mining perspective." *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22–36.

40. Spohr, D. (2017). "Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media." *Business Information Review*, 34(3), 150–160.
41. Tai, Z., & Sun, T. (2007). "Media dependencies in a changing media environment: The case of the 2003 SARS epidemic in China." *New Media & Society*, 9(6), 987–1009.
42. Thurman, N. (2008). "Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media." *New media & society*, 10(1), 139–157.
43. Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). "Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media." *Social Science & Medicine*, 240, 112552.
44. Wood, M.J. (2018). "Propagating and debunking conspiracy theories on Twitter during the 2015–2016 Zika virus outbreak." *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 21(8), 485–490.
45. Wone A (2020). "Verified: UN launches new global initiative to combat misinformation". www.un.org. Date of access:17.10.2020
46. Zarocostas, J. (2020). "How to fight an infodemic." *The Lancet*, 395(10225), 676.

COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ TELEGRAM АРНАЛАРДА ЖАРИЯЛАНҒАН АСТЫРТЫН ӘРЕКЕТ ТЕОРИЯЛАРЫ МЕН ЖАЛҒАН АҚПАРАТТАР

Алла Кислова

Кіріспе

Пандемия кезінде коронавирус қолдан жасалған, бұл екпе арқылы адам тәніне арнайы чип енгізу жоспарының бастапқы бір жобасы деген секілді небір қауесет тарап, астыртын әрекет теориясы ретінде танылып, көпшіліктің санасын улап, әуре-сарсаңға түсірді. Жалған ақпараттар әдетте жылдам әрі оп-оңай тарайды. Өкінішке қарай, мұндай ақпараттар күрделі сұрақтарға қарапайым ғана жауап беріп, адамдардың бойында қорқыныш тудырып, үрейге бой алдыртады, психологиялық тыныштық күйін бұзып, көп зиян келтіреді.

Дағдарыс кезінде шынайы толыққанды ақпарат беріп отыру аса маңызды. Цифрлық технология заманында ақпарат беру, тарату және алмасудың көптеген платформалары бар. Соның бірі – Telegram атты кроссплатформалы мессенджер.

Онда ашық арна ашып, автор өз қалауы бойынша арнаға кез келген ақпаратты жариялап отыра алады. Мессенджер пандемия кезінде Қазақстанда ерекше танымал болып, дағдарыспен байланысты кейбір процестерде маңызды рөл атқарды.

Мысалы, Telegram-да мемлекет тағайындаған әлеуметтік көмекке өтінім беруге арнайы бот-арналар ашылды. Мессенджердің ел арасында танымалдығының артуы оның жалған ақпарат, теориялар тарату алаңы ретінде де, сондай-ақ басқа әлеуметтік желілер мен мессенджерлерде жарияланған теорияларды жоққа шығарушы құрал ретінде де қолданылуына зор мүмкіндік туғазды.

Бұл жұмыстың мақсаты – Қазақстанда COVID-19 пандемиясы кезінде астыртын әрекет теориялары мен жалған ақпарат таратудағы қазақстандық Telegram арналарының рөлін анықтау.

Міндеттер:

- Қазақстанда қай ақпараттық Telegram арнасының ерекше танымал екенін анықтау;
- аталған кезеңде қазақстандық Telegram арналары COVID-19 туралы қандай да бір астыртын әрекет теорияларын немесе жалған ақпарат таратты ма, таратса, қандай деңгейде таратқанына талдау жасау.

Болжам: Ақпараттық Telegram арналарының көпшілігі COVID-19 туралы астыртын әрекет теорияларын жоққа шығарып немесе елеусіз

қалдырып, қолдау көрсете қоймаған. Зерттеуге ДДСҰ пандемия деп жариялаған 2020 жылдың 11 наурызы мен 31 тамыз аралығындағы мерзім алынды. Әдіснама 2020 жылғы Telegram ресми сайтындағы статистика аудиториясы 50 млн адамнан асады, жазылушылары 50 мыңнан артық деп көрсеткен Telegram арналарын қамтуды көздеді. Бұл арналарда вирус жөнінде жалған ақпарат, ДДСҰ ұсынымдарына қайшы кеңес берілген бе, астыртын әрекет теорияларын қолдаған ба? Осы тұрғыдан арналарда жарияланған мазмұндарға талдау жасалды.

Жалған ақпараттарды анықтаудың теориялық тәсілдері

Астыртын әрекет теориялары әдетте маңызды әлеуметтік немесе саяси мәні бар оқиғалармен байланысты болады. Кей кезде шынайы астыртын әрекеттердің іске асатыны анық (Douglas et al., 2017), дегенмен көп ретте мұндай жалған теориялар ешбір дәйексіз, дәлелсіз айтылады және оларды терістеу де мүмкін болмай жатады.

Ақпаратты жалған деп тану жөнінде нақты бір тұжырым жоқ, бұл туралы пікірлер де бір арнаға тоғыспайды. «Жалған ақпарат» термині де платформаға және қолданушылардың ниетіне байланысты әртүрлі қолданылады. Шындыққа жанаспайтын хабарлар байқаусыз немесе нақты бір мақсатпен: оқырмандарды алдау немесе адастыру мақсатымен тартылуы мүмкін (Al-Rawi, 2018). Әдетте мұндай ақпараттар адамдардың ойына әсер ету, саяси үндеуге ден қойғызу немесе шатастыру үшін құрастырылады. Сондай-ақ онлайн БАҚ-тарға әжептәуір пайда келтіруі де мүмкін.

Адамдар әдетте ақпаратты орынды қолдана бермейді. Әсіресе күйзеліс кезеңінде жылдам жауап тауып берер және үміттендірер ақпарат іздейді. Бұл өз кезегінде әлеуметтік желілерге қолжетімдіктің арқасында жалған ақпараттардың жылдам тарауына мүмкіндік береді (Mayuk, 2020). Мамыр айының соңында Лондон Корольдік колледжінде жүргізілген онлайн сауалнамаға 2000-нан астам адам қатысқан, оның 30%-ы коронавирустың зертханаларда жасалғанына шәк келтірмесе, жауап берушілердің дәл сондай тобы COVID-19-дан қайтыс болғандардың нақты санын билік жасырып отыр деп айтқан. 13%-ы пандемия адамдарды екпе салдыруға мәжбүр етуге бағдарланған жаһандық бағдарлама десе, 8%-ы вирус пен 5G телефон мұнараларының арасында байланыс бар деп көрсеткен. Зерттеушілер жаңалықтарды әдетте әлеуметтік желілерден оқитын адамдардың «теорияларға» көп сенетінін және өзін-өзі оқшаулау тәртібін жиі бұзатынын айтады (Cellan-Jones, 2020).

Жалпы алғанда, ресми БАҚ секілді классикалық дереккөздерге қарағанда, әлеуметтік желі секілді балама дереккөздер астыртын әрекет теорияларына негіз болатын жайттардың көптеп тууына мүмкіндік береді. Дегенмен ресми дереккөздерде жарияланатын осыған ұқсас жайттар қолданушылар санын арттырған. Егер астыртын әрекет теориясының әлеуметтік экожеліде таралу динамикасын сандық тұрғыдан бағалайтын болсақ, астыртын әрекет теорияларын бекітетін жайттар бейтарап не жоққа шығаратын ақпараттарға қарағанда, ерекше қарқынмен таралып қатты зардабын тигізіп жатады. Әрбір платформадағы контентті модерациядан өткізу астыртын әрекет теорияларының таралуын шектеуге оң ықпалын тигізеді. Дегенмен де көптеген астыртын әрекет теориялары сүзгіден өтпейді. Ал модерация балама дереккөздерден

келетін жайттармен байланысты біржақты болмақ. Жалпы айтқанда, дереккөздердің барлығы астыртын әрекет теорияларын санаға бекіте түсетін жайттарды таратуға үлес қосады (Papaioannopoulos et al., 2020). Telegram-да модерация мүлдем жоқ, қолданушы ғана мазмұнға қатысты шағым жасай алады. Алайда себептер тізімінде жалған ақпарат немесе жалған хабарламаға шағым жасауға жеке категория берілмеген.

COVID-19 кезеңінде әлеуметтік желілердегі жалған жаңалықтар феномені біршама кең таралды. Мұндай хабарлар қорқыныштан тууы мүмкін және, әсіресе осал салаларды «айналдырып», салаға едәуір зиянын тигізеді. Пандемия кезіндегі үрейлі тақырыптың бірі вирус, оның шығу тегі және таралуы болды. Конспирологиялық теориялардың жартысынан астамы осы тақырыпқа соқпай өтпейді. Дегенмен осындай мазмұндағы жағымсыз хабарлар осымен ғана шектеліп қалды деп айта алмаймыз. Қазақстанда экономикалық тұрақтылық, сыбайлас жемқорлық, отбасы құндылықтары және оның бұзылуы тақырыптары да конспирологияның таралуына зор серпін берді.

Медицина саласы қай кезде де жалған ақпараттардың қайнаркөзі болып келген. COVID-19 пандемиясы кезеңінде медицина саласымен байланысты жалған хабарлардың таралуы тым асқынып кетті. Оңай емделу тәсілдерін сұраған және карантин қашан аяқталады деген сұрақ арнаға тіркеліп, тұрақты оқырманға айналған, үрейге бой алдырған пайдаланушылардың ең көп қойған сұрағы болған. Ал вирустың қолдан жасалғаны туралы теория, оны ұшақтардан шашу әрекеті туралы қауесеттер барлық нәрсеге сене бермейтін және вирус пайда болмай тұрғанға дейін-ақ астыртын әрекет теорияларына іштей сенетіндердің өзін қызықтыра түскені анық.

Қазақстандағы Telegram мессенджер және COVID-19

2019 жылы Қазақстанда 4,66 млн адам Telegram қосымшасын жүктеп алған. Ал белсенді аудитория 2,33 млн деп айтылады (Telegra.ph, 2019). 2020 жылы CORONAVIRUS2020.KZ Telegram арнасына тіркелгендер санының артуы оны қазақстандық Telegram арналарының ішіндегі ең танымал жаңалықтар арнасы деңгейіне көтерді. Оның жалпы қамту аудиториясы 500 млн-ға жуықтап, жазылушылар саны 400 мыңнан асып кетті (Kaz.tgstat.com, 2020). Алайда Telegram өлшемімен қарағанда, соншалық көп сан емес. Мысалы, Өзбекстанның танымал арнасының жалпы қамту аудиториясы 6,6 млрд (Uz.tgstat.com, 2020). Ал ең танымал Белорус арнасының қамту аудиториясы 2 млн жазылушы (By.tgstat.com, 2020). Қазақстандық ешбір арна 2020 жылдың 100 топ арнасының қатарына ене алмайды. Топқа кірген арналардың жазылушылары 500 мың мен 6 млн аралығында.

Telegram-да электронды үкіметтің қазақ және орыс тілдеріндегі ресми арнасы ашылды. Сондай-ақ қатаң карантин шаралары кезінде мемлекет ұсынған жәрдеммен қамсыздандыру мақсатында боттар жасақталды. Осы кезеңде елде платформаның танымалдығының артқаны байқалды. Мұны арна арқылы әлеуметтік көмек алу мүмкіндігін жеңілдетуге бағытталған шаралармен немесе пандемия туралы шынайы ақпарат білуге ұмтылыстың артуымен байланысты десек қателеспейміз.

Telegram-да негізінен әртүрлі ақпараттық жарияланымды, оның ішінде жаңалықтарды жариялайтын көпшілікке арналған арналар ашылған. Осы

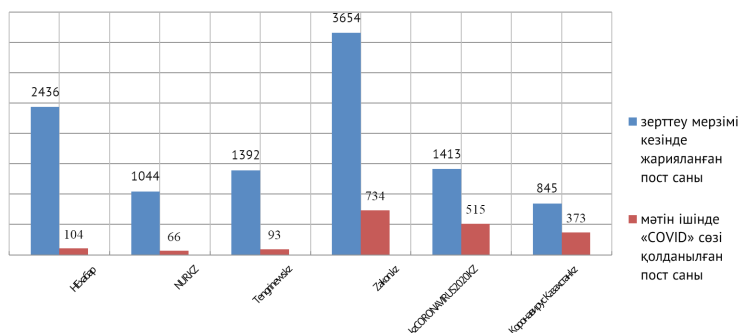
ақпараттық арналар Қазақстандағы ең танымал мессенджерлер болып саналады. Топ 100 қатарына 1000-нан 400 мыңға дейін жазылушылары бар ақпараттық арналар кіреді. Талдау үшін оның ішіндегі алты арна – 50 мың жазылушысы бар және 2020 жылдың 31 тамызындағы есеп бойынша жиынтық қамту аудиториясы 50 млн-нан асқан арналар таңдап алынды.

Telegram арнасының атауы	Ашылған күні	2020 жылдың 31 наурызы күнгі жазылушылар саны	2020 жылдың 30 тамызы күнгі жазылушылар саны	2020 жылдағы қамту жиынтығы	Бір күнде жарияланған пост саны (орта есеппен)
 CORONA VIRUS2020.KZ	28 наурыз 2020 ж.	195 875	421 723	492 млн	9
 zakon.kz	9 мамыр 2017 ж.	100 709	184 177	398 млн	21
 TENGRI NEWS ӘРІСТІЛІК - ОРАСТА АҚПАРАТ - ҚОРҒА	1 қараша 2017 ж.	95 820	114 725	120 млн	8
 He xabar?!	20 қыркүйек 2018 ж.	48 480	58 454	108 млн	14
 NUR KZ	19 сәуір 2018 ж.	37 269	71 471	62 млн	6
 Коронавирус Казахстан COVID-19	16 наурыз 2020 ж.	48 306	55 933	67 млн	5

1-кесте. Қазақстандағы танымал ақпараттық Telegram арналары

Кестені статистикалық мәліметтерге (Kaz.tgstat.com, 2020a) сүйене отырып автор құрастырған.

Таңдап алынған алты арнаның негізінен коронавирус пен пандемия туралы жаңалықтарды жариялап тұратын екеуі 2020 жылы ашылған. Төрт арна жұмысын екі жылдан бері жалғастырып келеді. Олардың қамту аудиториясы пандемия кезінде күрт өскен. Үшеуі – жеке сайты бар ірі БАҚ-тардың Telegram арнасы. Таңдалып алынған жаңалықтар арнасының барлығы коронавирус туралы ақпараттарды әрқандай деңгейде жариялап тұрған.



1-график. Telegram арналардағы посттарда «COVID» сөзінің қолданылу статистикасы. Графикті статистикалық мәліметтерге (Kaz.tgstat.com, 2020a) сүйене отырып, автор құрастырған.

Бұдан әрі зерттеу мерзімі кезінде жарияланған посттардың жалпы санын және мәтін ішінде «COVID» сөзі қолданылған пост санын көрсететін график ұсынылды.

Пандемия кезінде жарияланған барлық посттың ішіндегі мазмұнында «COVID» сөзі қолданылған посттар саны 4% бен 44% пайыз аралығында: НЕхабар – 4,3%; NUR.KZ – 6,3%; Tengrinews.kz – 6,7%; Zakon.kz – 20%; CORONAVIRUS2020.KZ – 36%; «Коронавирус Қазақстан» – 44%. Осы кезеңде аталған арналардың әрбірінде «фейк» сөзі, кем дегенде, бір рет қолданылған. Пандемия кезіндегі әрбір айда конспирологиялық теориялар немесе фейк (жалған) жаңалықтар таралып және әшкереленіп отырған. Астыртын әрекет теориялары, әсіресе пандемия деп жарияланған алғашқы айда көп пайда болған. Осылайша, ерекше қарқынмен тараған және таңдалған арналарда жоққа шығарылған немесе кейде таратылған жалған жаңалықтар анықталып көрсетілді. Бұдан әрі аталған ақпарат топтастырылып, әр ай бойынша жіктеліп берілді.

Наурыз айында CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «НЕхабар», NUR.KZ, «Коронавирус Қазақстан» (Telegram.org, 2020) арналары азық-түлік өнімдерін жеткізу үшін 109 нөміріне қоңырау шалу қажет; карантин кезінде қала ішінде жүрген жүргізушілерге айыппұл салынады; Қытайда хантавирустан қайтыс болғандар бар; болашақ бағдарламасымен оқып жатқандар Ұлыбританиядан кеткісі келетіні жөнінде хат жазды, бірақ олардың тілегін қабылдамады; пандемия туралы Симпсондар мультсериалында бұрын айтылған; Алматыдағы вирус ошақтарының мекенжайы; Нұр-Сұлтанда сот қызметкерлері коронавирус жұқтырған; Нұр-Сұлтанда залалсыздандыру үшін тікұшақтардан дәрі шашады; мектептерге рейд жасалады, балалар мектепке келіп, қосымша үйірмелерге қатысып жүрген болса, мектепке қатаң шара қолданады; вирус климаты ыстық аймақтарда ғана жұғымтал; ыстық ванна – коронавирусқа қарсы бірден-бір ем-дом; сарымсақ корновирустан қорғайды (Сеит, Аслан & Банников, Павел, 2020) деген жалған ақпараттарды әшкерелеген.

«Коронавирус Қазақстан» арнасы вирусты емдеуге көмектесетін фавилавир дәрісі туралы ақпарат таратқан. Бірақ бұл толыққанды нақты ақпарат емес, себебі негізгі дереккөздің орнына басқа ақпарат дереккөзінің сілтемесі берілген және оқырмандар мазмұнды басқаша түсініп қалған болуы мүмкін (Сабитов, Олег, 2020). Осы арнада оқшаулау шарасының пайдалы жағы ретінде Венецияға аққулар мен дельфиндердің оралғаны туралы ақпарат жарияланған. Бұл да жалған ақпарат, ал көрсетілген видео Венецияда түсірілмеген (Voxukraine.org, 2020). Наурыз айында – пандемияның алғашқы айында жалған ақпараттар легі толастамаған. Оларды жаһандық және жергілікті деңгейдегі жалған ақпараттар деп екіге жіктеуге болады. Ақпараттардың барлығының мазмұны вируспен не карантинмен байланысты.

Сәуір айында CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «НЕхабар», «Коронавирус Қазақстан» (Telegram.org, 2020) арналары азаматтарға көмек ретінде ұсынылып жатқан 42 500 теңге төлемі Зейнетақы қорынан алынып жатыр; Атыраудағы аурухананы карантинге жапты; әйел адам ауру таратып, 200 адамға коронавирус жұқтырып үлгерген; Алматыда 27 дәрігер коронавирус жұқтырған; Баянауыл ауданы мен Ленинский кенті карантинге жабылды; дәрігерлер кейін мәжбүрлі түрде вакцина салу үшін екпе арқылы әдейі вирус жұқтырып жатқанын, наночип пен мутаген енгізілген вакцинаны салдырған адам жарты жылдан соң қайтыс болатынын, мұның барлығы жер шарындағы адам санын 1 млрд адамға

дейін қысқарту бағдарламасының бір жобасы екенін айтуда; Telegram-да адамдарды тартқаны үшін ақша төлейтін Каспи банк тобы ашылды; «Біргеміз» қоры қызметкерлері айлығының 1%-ы жарна ретінде ұсталады; Магнумда жұмыс істейтін жұмысшы коронавирус жұқтырған деген жалған ақпараттарды жоққа шығарды.

Сәуір айында мемлекеттің 42 500 теңге көлемінде көмек бере бастағаны белгілі. Бірнеше теория осы төлемге байланысты туған. Сондай-ақ вакцина және вирустың қолдан жасалғаны туралы ақпараттар кең таралып, қызу талқыға түсіп жатты. Бұл айдағы теорияларды да жаһандық және жергілікті деңгейдегі деп екіге жіктеуге болады.

Мамырда CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, «HEXабар», «Коронавирус Қазақстан» (Telegram.org, 2020) арналары бас санитар дәрігер «Ласковый май» тобының концерт өткізуіне рұқсат берді; адамдарға чип салып, карантин мерзімін бұрынғы белгілеген мерзімнен ары созады; Н.Назарбаев атқарып отырған барлық қызметінен босап, отставкаға кетті; карантин шараларын жеңілдету туралы жоспар-құжат бар; су астында қалған Мақтарал ауданы біраз зардап шекті деген жалған ақпараттарды жоққа шығарды. Мамыр айында пандемия және басқа да тақырыптар туралы жалған хабарларды әшкерелеу біраз бәсеңсіп қалған.

Маусым айында CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «HEXабар», NUR.KZ, (Telegram.org, 2020) арналары 2020 жылдың 30 маусымынан бастап карантин шаралары қатаңдатылады; Сауда, ойын-сауық орталықтары толық жабылады; Алматыда коронавирусты анықтау мақсатымен тест тапсырған уақытта реагенттерден вирус жұқтырып алуыңыз мүмкін; Алматыдан Қаскелең, Ұзынағаш, Шамалған бағытына шығар жолдарға блокпостар қойылады; Алматыда 15 маусымнан бастап кинотеатрлар жұмыс істей бастайды, ал Нұр-Сұлтанда рұқсат берілген жоқ; дәріханаларда бір адамға бір-екі қорап қана дәрі сатылады; жаңа министр А.Цой дәрігерлерді жұмыстан шығаруға шешім қабылдады; Нұр-Сұлтан қаласының атауын қайтадан Астана атауына ауыстырады деген жалған хабарларды әшкереледі. Маусым айында жарияланған Нұр-Сұлтан қаласының атауын ауыстыру жөніндегі жалған жаңалықтан басқасы пандемия, дәрі тапшылығы, блокпост және карантиннің аяқталу мерзімі туралы.

Шілдеде CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, NUR.KZ, (Telegram.org, 2020) арналары 42 500 теңге көлеміндегі төлемді алуға өтінім қабылдайтын сайт іске қосылды; Қытайдың гуманитарлық көмек ретінде жіберген бетперделерінен короновирус жұқтырып алу мүмкіндігі зор; қазақстандық вакцина Н.Назарбаев қанының материалы қосылып әзірленуде; бетперде тақпағандарға салынатын айыппұл нормалары жазылған құжат бар; Қазақстанда зейнетақы жасын төмендетеді; премьер-министр А.Мәминнен коронавирус анықталды; Жайрем ауылында бұлттың әдеттен тыс, басқаша көрінуіне және ұшақтардан зиянды заттар шашуына Билл Гейтстің қатысы бар; кейбір аймақтарға балаларға өте зиянды улы затты күн батқан кезде, түн сайын шашу қалыпты жағдайға айналған деген жалған ақпараттарды жоққа шығарып, бумен демалу терапиясы, сарымсақ суын ішу, арақпен зарарсыздану, өкпенің жұмысын жақсарту үшін шар үрлеу, хижам, дәрігердің тағайындауынсыз антибиотик пайдалану секілді ақпараттарды әшкереледі. Сондай-ақ интернеттен білген және жалған сарапшылардың айтқан нәрсесінің бәріне сене бермеу керек екенін нақтылап, айтылған дүниелердің рас-өтірігін ашып берді.

Маусымдағы дәрі-дәрмек тапшылығынан кейін вирустан емделудің жалған амалдары көп таралып, олардың өзін бірнеше топқа бөліп қарастыруға тура келді. Бірнеше теория бетперде, қауіпті зат, екпемен байланысты болған. Зейнет жасын төмендету секілді пандемияға қатысы жоқ әлеуметтік жалған хабарлар да кездеседі. Негізінен бұл айда жарияланған жалған хабарлар жергілікті сипатта болды. Zakon.kz және «Коронавирус Қазақстан» арналары теңіз балдыры және одан бөлінетін вирусқа қарсы тұрар заттар туралы ақпарат таратты. Бірақ бұл ақпарат дұрыс берілмеген. Балдырлар мен одан бөлінетін, постта айтылған зат – гепарин өздігінен инфекцияны жоюға көмектесе алмайды. Бұл – адамдарды шатастыратын ақпарат (Бочарова, 2020). «НExабар» УК сәуле шығаратын бактерицид шамдарын жарнамалады. Алайда ДДСҰ оны мұндай мақсатпен қолдануға кеңес бермейді. ДДСҰ УК сәуле көз шырышын зақымдап, тері тітіркенісін тудырады дейді (WHO.int, 2020).

Тамыз айында CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, ([Telegram.org](https://t.me/Telegram.org), 2020) арналары мектептерге жыныстық білім оқулықтары енгізіледі; елде 5G интернет желісін тартады, бұл желі балаларға өте зиян, телефон, теледидар және Wi-Fi қолдануға болмайды; қалалардағы су уланған; вирусолог дәрігерлер арнайы қонақүйге орналастырылған; емдеудің арнайы хаттамасын әзірлеуге дайындалуда және балаларды жаппай ауруханаға жатқызады деген жалған ақпараттарды әшкереледі. «НExабар» тағы да УК сәуле шығаратын бактерицид шамдарын жарнамалады. Бұл айдағы бірнеше жалған ақпараттың пандемияға қатысы жоқ және алты арнаның екеуі ғана мұны әшкерелеп, жоққа шығарды. Фейк хабарлар пандемия өршіген алдыңғы айларға қарағанда, анағұрлым бәсеңсіп, аз тараған.

Қазақстандағы жаһандық ауқымдағы теорияларға келер болсақ, чип, Билл Гейтс, вирус шашу, таңдаулы миллиард адам және 5G секілді, бүкіл әлемге таралған теориялар мұнда да көп талқыланған. [Telegram](https://t.me/Telegram) арналары, әсіресе аудиториясы ауқымды арналардың фейк ақпараттарды жариялағаннан гөрі теріске шығару материалдарын көбірек жариялағаны байқалады. Электронды үкіметтің ресми арналары жалған ақпараттарды әшкерелеуге бағдарланбаған. 137 мың жазылушысы бар, қамту жиыны 30 млн-ға жететін [QazaqstanDa](https://www.QazaqstanDa.kz) арнасы мен 76 мың адам жазылған, қамту жиыны 19 млн-нан асатын «Мой Казахстан» арнасы өзіміз таңдап алған 6 арна әшкерелеген кейбір жалған жаңалықтарды жоққа шығарған. 47 мың адам жазылған, қамту аудиториясы 7 млн болатын [Qumash](https://www.Qumash.kz) арнасы елдегі ауырғандар санының ресми статистикасының жалған екенін, шын мәнінде, вирус жұқтырғандар санының анағұрлым көп екенін жазған.

Аудиториясы аз арналардың фейк жаңалықтарды көбірек тарататыны байқалды. Мысалы, 10 мыңнан аса адам жазылған, қамту жиыны 10 млн-нан асатын «Дикая Азия» арнасы БЦП диагнозы қойылған балаларға екпенің кері әсері бар екенін жеке адам басындағы жағдай бойынша баяндап, материал жариялаған. Бұл ақпараттың пандемияға тікелей қатысы жоқ. Ал автор келесі постарында фейк жаңалықтарға сенбей, ДДСҰ кеңестеріне құлақ асу керегін айтқан ([Telegram](https://t.me/Telegram), 2020).

Жалған жаңалықтардан нені байқаймыз?

Пандемия кезінде әр айда конспирологиялық теориялар немесе фейк жаңалықтар таратылып, кейін жоққа шығарылып отырған. Біз таңдаған арналар дұрыс емес ақпараттардың кейбірін әшкерелеп, теріске шығарған.

Фейк жаңалықтардың көбі корновирусыға тікелей қатысты болса, кейбірі мемлекеттің беріп жатқан төлемі, әсіресе балаларға қатты зиян келтіретін улы зат шашу, чип салу, 5G желісі туралы. Әр айда жарияланған кей жалған жаңалықтар карантин мерзімінің аяталуы және басталуы туралы: карантин шараларын тоқтату, қатаңдату, қалалардағы блокпосттар жөніндегі жалған ақпараттар.

Арналардағы вирусыға қарсы ем-дом туралы ақпараттар толық берілмеген немесе нақты жазылмаған. Алайда адам ағзасына кері әсер ететін емдеудің жалған тәсілдері теріске шығарылып, зиянды жақтары нақты жазылған, дәрігердің тағайындауымен ем қабылдау керегі айтылып, ресми дереккөздерге сенім арту қажеттігі ескертілген. Себебі зерттеуге алынған мерзім аралығында коронавирустың табиғаты мен әсері туралы нақты ғылыми тұжырымдар жоқтың қасы еді. Сондықтан да арналар ең абзалы дәрігердің кеңесіне құлақ асу екенін жеткізген. Ең танымал фейктердің таралуы мен жоққа шығарылуы жағдайларынан қай облыс тұрғындарының қай айда ерекше толқып, әуре-сарсаңға түскенін байқауға болады.

Көптеген астыртын әрекет теориясы халықтың дегбірін қашырғаны анық. Теориялар пандемия ресми түрде жарияланған наурыз айынан бастап, күн сайын көбейіп жатты. Бастапқыда жалған жаңалықтар вирус, карантин, үрей туралы ғана болса, кейін тақырыптан ауытқып, басқа салаларға да қатысты, адамдарды толғандырып жүрген білім жүйесіне енгізілетін жыныстық білім беру оқулықтары, зейнет жасын кеміту, астана атауын өзгерту тақырыптары жөнінде айтыла бастады. Осылардың ішіндегі ең ауыр залал келтірген жалған жаңалықтар қатарына вирусыға қарсы жалған ем-дом шараларын жатқызсақ қателеспейтініміз анық. Сондай-ақ вакцинамен байланысты жағымсыз, күдік туғызатын жалған ақпараттар да болашақта өз әсерін тигізіп, алдағы шараларды жүзеге асыруда зиянын тигізетіні сөзсіз.

Мемлекеттің көмек ретінде берген төлемі – жұмысынан айырылу, азаматтардың күнкөрісінің төмендеуі секілді әлеуметтік проблемаларға қатысты бірнеше ай бойы жаңалықтар тізімінен түспеген тақырыптардың бірі. Карантиннің созылатыны жөніндегі үнемі жарияланып отырған жалған жаңалықтар адамдардың төзімін тауысып, күйзеліс күйінің барынша тереңдеуіне ықпал етті. Бар адамның карантин тез аяқталып, тіршілік бұрынғы қалыпқа келеді деп үміттенгені мәлім. Вирустың шығуы, оны тікұшақтардан шашу немесе 5G желісі арқылы тарату жөніндегі астыртын әрекет теориялары – бүкіл әлемге таралған теориялар. Әлемге таралған теорияның Қазақстанға да келіп жететіні белгілі.

Астыртын әрекет теориялары әдетте нақты, толыққанды, сенімді ақпараттардың болмауынан туады. Ашық статистика, әлеуметтік желілердегі жалған жаңалықтарды белгілеп отыру – фейк салдарынан туатын залалдың алдын алудың, болдырмаудың ең жақсы амалы. Telegram-дағы модерация жалған ақпараттармен күресуге қауқарсыз. Мұндай жұмыстар дағдарыс кезеңінен басқа уақыттарда да жүргізіліп отыру керек. Егер күнделікті өмір салтында адамдар әлеуметтік желілерден жүздеген жалған жаңалықты оқып отыратын болса, танымал тұлғалар тексерілмеген, ғылыми деректерге қайшы келер ақпараттарды жариялай беретін болса, тұлғаның табар табысына ешқандай әсер етпейтіні анық, тіпті табысын еселеп арттыруы да мүмкін. Мұндай кезде жалған ақпараттарды шектеп отыру мүмкін болмайды, себебі адамдар дереккөзі жоқ ақпараттарға сенім білдіруді дағдыға айналдырып алады.

Түйін

Астыртын әрекет теориясы астарынан белгілі бір мақсатпен ұйымдасқан адамдар тобының астыртын әрекетінен болған әртүрлі оқиғалардың себебін анықтауға болады. Әдетте мұндай теориялар шынайы ақпаратты немесе жанама деректерді жоққа шығаратын, белгілі бір жағдайдың себебі мен мақсаты туралы жалған қорытынды жасауға негіз болатын жалған мәліметтерден құралады. Фейк немесе жалған ақпарат деп, оқырманды қасақана шатастыруға бағытталған жаңалықтарды, оқиғалар немесе мистификацияны айтамыз. Астыртын әрекет туралы ақпараттар әртүрлі дереккөздер, соның ішінде, әлеуметтік желілер мен Telegram секілді мессенджерлер арқылы тарайды. Telegram мессенджері Қазақстанда пандемия кезінде ерекше танымал болды. Қазақстандық Telegram арналарының жазылушылары 2019 жылмен салыстырғанда, 2020 жылы зор қарқынмен өскен. Telegram-да аудиториясы 10 мыңнан асатын қазақстандық 50 жаңалықтар арнасы бар.

2020 жылғы дерек бойынша, 50 мың жазылушысы және 50 млн-нан асатын қамту аудиториясы бар деген параметр жөнімен алсақ, ең танымал CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, «Нехабар», NUR.KZ, «Коронавирус Қазақстан» арналарының жарияланымдары жалған жаңалықтар тарату тұрғысынан талданып сараланды.

Пандемия кезінде әр айда конспирологиялық теориялар немесе фейк жаңалықтар таратылып, кейін теріске шығарылып отырған. Астыртын әрекет теорияларының көбі пандемия жарияланған алғашқы айда таралған. Зерттеу нысанасына алынған, біз таңдаған арналар дұрыс емес ақпараттардың кейбірін әшкерелеп, жоққа шығарған. Фейк жаңалықтардың көбі корновирускә тікелей қатысты болса, кейбірі мемлекеттің беріп жатқан төлемі, әсіресе балаларға қатты зиян келтіретін улы зат шашу, чип салу, 5G желісі туралы. Зерттеуге алынған мерзім аралығында коронавирустың табиғаты мен әсері туралы нақты ғылыми тұжырымдар жоқтың қасы еді. Сондықтан да жалған ақпараттардың шығуы түсінікті жағдай. Ең танымал фейктер кей облысқа қатысты болғандықтан, тұрғындарын ерекше толқытып, әуре-сарсаңға түсірді.

Пандемия басталған кезде барлық жалған ақпарат вирус, карантин және қорқынышпен байланысты болса, кейін арналарда теріске шығарылған теориялар әлеуметтік тақырыптармен байланысты айтыла бастады. Жалған ақпараттардың алғашқы легі корновирускә туралы болды. Бірақ кейін біртіндеп жергілікті өзге де осал салаларға қатысты, адамдарды толғандыратын мәселелерге байланысты, мысалы, жыныстық білім беретін оқулықтар, зейнет жасының төмендетілуі, астана атауын өзгерту туралы фейк жаңалықтардың көптеп таралғаны байқалады.

Дағдарыс туралы жаңалықтар көбейе бастады. Алайда ақпарат кеңістігін сауатты реттеудің арқасында мұндай жаңалықтардан келетін залалдың алдын алу мүмкіндігі туды. Астыртын әрекет теориялары әдетте нақты, толыққанды, сенімді ақпараттардың болмауынан туады. Ашық статистика, әлеуметтік желілердегі жалған жаңалықтарды белгілеп отыру – фейк салдарынан туатын залалдың алдын алудың, болдырмаудың ең жақсы амалы. Алайда мұндай жұмысты дағдарыстан бұрын қолға алу керек. Егер қалыпты өмірде адамдар фейк жаңалықтарға бой үйретіп алса немесе әлеуметтік желіде олардың рас-өтірігін анықтай алмаса, дағдарыс кезінде жалған ақпараттар легін тоқтату қиын болады. Себебі адамдар сілтемесіз, дереккөзсіз мәліметтерге сенуге дағдыланып алады.

Фейк ақпараттарды зиян келтіруші деп біржақты бағалауға болмайды. Олар күрделі, проблемасы шешілмей жатқан салаларды, қоғамды толғандыратын мәселелерді нақты көрсетіп береді. Дегенмен кез келген жалған ақпарат адамдардың денсаулығы мен өмірі туралы қабылданған шешімге ықпал етеді. Дағдарыстан кейін адамдар вакцина туралы жаман ой қалыптастырып, 5G желісі балаларға да, ересектерге де зиян деп сеніп қалуы мүмкін. Мұндай түсініктің болашақта жүзеге асырылар шараларға кесірін тигізіп, жаңа дағдарысқа апарып соқтыруы ықтимал.

Жалған ақпараттарды таратқан тараптың оның сенімді екеніне жауапкер болғаны маңызды. Бірақ жазалаумен емес, модерация арқылы іске асу керек. Сондай-ақ пайдаланушыларға ақпаратты тексеруді және жалған «фейк» атауы бар жаңалықтарға емес, сенімді, ашық және түсінікті ресми статистиканы ұсынатын дереккөзге жүгінуді үйрету қажет.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Al-Rawi, Ahmed (2018). «Gatekeeping Fake News Discourses on Mainstream Media Versus Social Media.» *Social Science Computer Review*. 1-18.
2. By.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Беларусь.» www.by.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
3. Cellan-Jones, Rory (2020). «Coronavirus: Social media users more likely to believe conspiracies.» <https://www.bbc.com/news/technology-53083341> Дата последнего просмотра: 20.12.2020.
4. Douglas, Karen and Ang, Chee Siang and Deravi, Farzin (2017) «Reclaiming the truth» *The Psychologist*, 30: 36-42.
5. Kaz.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Казахстан». www.kaz.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
6. Mayka, Roman (2020). «Conspiracy Theories, Fake News and Disinformation. Why There's So Much of It and What We Can Do About it.» *Russian International Affairs Council*. https://russiancouncil.ru/en/analytics-and-comments/columns/culture-and-international-relations-conspiracy-theories-fake-news-and-disinformation-why-there-s-so-much-of-it-and-what-we-can-do-about/?sphrase_id=48207595 Дата последнего просмотра: 20.12.2020.
7. Papakyriakopoulos, Orestis., Serrano, Juan Carlos Medina & Hegelich, Simon (2020). «The spread of COVID-19 conspiracy theories on social media and the effect of content moderation» *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. 1-19.
8. Telegra.ph (2020). «Telegram Audience Overview». www.telegra.ph. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
9. Telegram (2020). www.telegram.org. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
10. Uz.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Узбекистан.» www.uz.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
11. Voxukraine.org (2020). «Фейк: за период карантина в Венецию впервые вернулись дельфины и лебеди.» <https://voxukraine.org/ru/fejk-za-period-karantina-v-venetsiyu-vpervye-vernulis-delfiny-i-lebedi> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
12. WHO.int (2020). «Рекомендации ВОЗ для населения в связи с распространением нового коронавируса (2019-nCoV): мифы и ложные представления.» <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
13. Бочарова, Маргарита (2020). «Гепарин из морских водорослей способен блокировать COVID-19.» <https://factcheck.kz/glavnoe/manipulyaciya-geparin-iz-morskix-vodoroslej-sposoben-blokirovat-covid-19/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
14. Мекишева, Айгерим (2020). «Все грехи Билла Гейтса: сатанинская вакцинация, чипирование и прочее.» <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/faktchek-vse-grexi-billa-gejtsa-sataninskaya-vakcinaciya-chipirovanie-i-prochee/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
15. Сабитов, Олег (2020). «Гидроксихлорохин, «Фавилавир»: прочему против COVID-19 используют такие лекарства и насколько они эффективны.» <https://hightech.fm/2020/04/23/covid-find-drugs> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
16. Сеит, Аслан & Банников, Павел (2020). «Имбирь, лук, чеснок и прочие 'лекарства' от коронавируса.» <https://factcheck.kz/health/lozh-i-manipulyacii-imbir-luk-chesnok-i-prochie-lekarstva-ot-koronavirusa/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.

COVID-19 КЕЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДА ТҰРМЫСТЫҚ ЗОРЛЫҚ-ЗОМБЫЛЫҚ ОҚИҒАЛАРЫНЫҢ КӨБЕЮІ ЖӘНЕ ОЛ ТУРАЛЫ ХАБАР ТАРАТУДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАНЫҢ РӨЛІ

Аида Даржанова

Кіріспе

Біріккен Ұлттар Ұйымы (БҰҰ) (2020) отбасындағы зорлық-зомбылық немесе интим серіктестің зорлық-зомбылығы деп те аталатын тұрмыстық зорлық-зомбылыққа «интим серіктесті бағындыру мақсатындағы кез келген үстем мінез-құлық формасы» деген анықтама берген. Зорлық-зомбылықтың формасы әртүрлі: физикалық, сексуалдық, эмоциялық, экономикалық және/немесе психологиялық болуы мүмкін, сондай-ақ бұл бір адамның басқаға зардап келтіру қаупі бар әрекеттерінің жиынтығы болып саналады. Тұрмыстық зорлық-зомбылыққа мыналар жатады:

...басқаны қорқытуға, күш көрсетуге, манипуляциялауға, ренжітуге, кемсітуге, айыптауға, жаралауға немесе жарақаттауға бағытталған мінез-құлық. Тұрмыстық зорлық-зомбылыққа нәсіліне, жасына, сексуалдық бағытына, діні мен жынысына қарамастан кез келген адам ұшырауы мүмкін. Кез келген қатынас түрінде, оның ішінде некедегі, бірге тұратын немесе кездесіп жүрген жұптар арасында да кездесуі мүмкін. Тұрмыстық зорлық-зомбылыққа әлеуметтік-экономикалық жағдайы мен білім деңгейіне қарамастан ұшырауы мүмкін (UN, 2020).

Тұрмыстық зорлық-зомбылыққа халықтың кез келген бөлігінің өкілі ұшырауы мүмкін. Дегенмен, статистикаға сүйенсек, жәбірленушілердің көбі әйелдер екен (McFeely et al., 2013; Robinson, 2006; Smith, 2012). Томпсон мен оның әріптестерінің (2006) келтірген дерегіне сенсек, әйелдердің 25–54% өмірінде тұрмыстық зорлық-зомбылықтың қандай да бір түрін бастан өткерген, сондай-ақ әлемдегі әрбір үш әйелдің біреуі интим серіктесінің физикалық немесе сексуалдық зорлық-зомбылығына ұшыраған (UN Women, 2020). Қазақстан Республикасының Бас прокуратурасының ресми статистикасына сәйкес, Қазақстанда 2019 жылы тұрмыстық зорлық-зомбылықтың кесірінен 400 әйел қайтыс болған (Satubaldina, 2020).

Зерттеу жұмыстарының нәтижелері тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбандарының зорлық-зомбылық жайында хабарламауына және көмек іздемеуіне қаржылай тәуелді болуы (Feder et al., 2006), әлеуметтік-демографиялық факторлар (Barrett & Pierre, 2011), психологиялық факторлар (Petersen et al., 2005), зардап шеккен әйелдің көңуге бейім болуы (Alexander et al., 2009), мәдени факторлар (Nagae & Dancy, 2010), сондай-ақ тұрмыстық зорлық-зомбылық пен интим серіктестің зорлық-

зомбылығы ұғымын түсінбеуі (Chang et al., 2006) сияқты факторлар әсер еткенін көрсетіп отыр.

COVID-19 карантині жарияланғаннан бері әлемде әйелдерге қатысты тұрмыстық зорлық-зомбылық саны өскен (UN Women, 2020). Қазақстан Республикасы ішкі істер министрлігінің 2020 жылғы тамыздың басындағы статистикасына зер салсақ, 2020 жылдың наурызында бүкіл ел көлемінде карантин жарияланғаннан бері тұрмыстық зорлық-зомбылық жөніндегі шағым саны 25 пайызға артқан (Central Communications, 2020).



Жаһандық індет пен мемлекеттік карантин кезінде жәбірленушілер коммуникация арнасын таппаған. Дегенмен әлеуметтік медиа маңызды рөл атқарып, жәбірленушілердің тұрмыстық зорлық-зомбылықтан бірегей коммуникация құралына айналған. Соңғы он жылда әлеуметтік медиа тұншыққан дауыстар мен маргинал топтардың «бостандық құралы» деген атқа ие болды; әлеуметтік медиа шиеленіскен мәселелерді ашып көрсетіп, сыни пікірлер платформасына айналды, сондай-ақ мағлұматпен қамтамасыз ете отырып, заңның орындалуын талап ету мен заңнамаға өзгеріс енгізуді талап ететін онлайн қоғамдастықты біріктіре алды. #MeToo қозғалысы – әлемнің түкпір-түкпіріндегі әйелдерге сексуалдық харассмент пен зорлық туралы, соның ішінде отбасындағы зорлық-зомбылық жайлы жариялап, агрессорға құқықтық шара қолануды сұрауға дем берген ең есте қаларлық әлеуметтік медиа феномендерінің бірі болды (Garcia, 2017). Әлеуметтік медиа коммуникация мен жаһандық мәселелер жайында хабар берудің құралы болып қана қоймай, қоғамдастық сезімін қалыптастырып, жәбірленушілерге басынан өткен жайттарды айтуына, қолдау іздеуіне мүмкіндік беретін орынға айналды.

Бұл зерттеу жұмысымыздың басты сұрақтары мыналар: «COVID-19 кезінде Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылыққа себеп болған басты факторлар қайсы? » және «Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары туралы мәлімет таратудағы әлеуметтік медианың рөлі қандай? »

Зерттеудің мақсаты – болашақта Қазақстанда пандемия мен жаппай төтенше жағдай кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылықтан жәбірленушілер қиын жағдайда қалған кездегі үкімет органдарының іс-әрекеті мен саясатын жоспарлауға септігін тигізу үшін, тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайларының артуына түрткі болатын факторларды зерделеу. Сондай-

ақ әлеуметтік медианың бұқаралық коммуникация құралы ретіндегі рөлі мен бұқаралық медианың маңызды құралы ретінде Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселелері туралы хабарды таратудағы, жәбірленушілерді қорғаудағы және коммуникациядағы тиімділігіне баға беру.

Зерттеу барысында сандық және сапалық әдістер қолданылды; қазіргі кезде медиа саласында жұмыс істеп жүрген, тұрмыстық зорлық-зомбылық жөніндегі қазақстандық бес эксперттен жан-жақты сапалық интервью алдық; ғылыми мақала, ресми статистика, есеп сияқты қосалқы ақпарат ресурстарын қолдандық.

Теориялық және концептуалдық негіздер

Күш теориясы

Страустың ойынша, (1977a) күш теориясы зорлық-зомбылықтың тамыры мәдениетте ғана емес, отбасының құрылымында да жатқанын көрсетеді. Гендерлік теңсіздік жайлаған қоғамда отбасындағы жанжал мен зорлық-зомбылық туралы көзқарас өзара байланысты болады да, тұрмыстық зорлық-зомбылықтың көбеюіне және деңгейінің жоғары болуына әкеліп соғады.

Зерттеу деректері үнемі стресс пен конфликтіде жүрген отбасыларда тұрмыстық зорлық-зомбылық көрсеткіші жоғарырақ болатынын көрсетіп отыр (Cascardi & Vivian, 1995; Leonard & Senchak, 1996; Mihalic & Elliott, 2005). Сондықтан бала кезінде физикалық жәбірге куә болған немесе басынан өткерген адам отбасындағы және интим серіктесімен арасындағы жанжалды күш көрсетумен шешуге бейім болады, себебі онысы бала кезінде бойына сіңген (Straus, 1977b). Сондай-ақ серіктестердің күші тең болмауының да, күш теоретиктері айтып жүргендей, отбасындағы кикілжінді шиеленестіре түсу қаупі зор (Sagrestano et al., 1999).

Әлеуметтен үйрену теориясы

Әлеуметтен үйрену теоретиктерінің пікірінше, адам отбасындағы конфликтіні зорлық-зомбылықпен шешуді, күш теориясында айтылғандай, көбіне бала кезінде ата-анасы мен таныстарының қарым-қатынасын бақылау арқылы үйренеді (Bandura, 1973; Mihalic & Elliott, 2005; Wareham et al., 2009). Сонымен қатар әлеуметтен үйрену теориясын жақтаушылар тұрмыстық зорлық-зомбылық жасаушылар мен олардың жәбірленушілері бала кезінде физикалық күш көрсетуге куә болғандықтан немесе басынан өткергендіктен тұрмыстық зорлық-зомбылыққа көнуге немесе төзуге даяр болады деп болжайды (Jin et al., 2007; Lewis & Fremouw, 2001).

Осы теорияны дәлелдеп отырған зерттеу жұмыстарының нәтижесі адамның бала кезінде зорлық-зомбылық көруі немесе куәсі болуы есейгенде тұрмыста зорлық-зомбылық жасауға немесе зорлық-зомбылықтан жәбір көруге әкеліп соғуы мүмкін екенін көрсетіп отыр (Berzenski & Yates, 2010; Parks et al., 2011; Shook et al., 2000). Сол сияқты, зорлық-зомбылық жасөспірім шақтан ересек шаққа өткен кезде тыйылса да, жалғасса да, бәрібір көрген зорлық-зомбылығының

салдары достарымен немесе сүйіктісімен қарым-қатынасына әсер етеді (Daigneault et al., 2009; Riggs et al., 2000).

Феминист теориясы

Феминист теориясын көбіне «феминист моделі» деп атайды, бірақ бұл теория зорлық-зомбылықты қарым-қатынасты және әлеуметтік-мәдени контексті зерттеу арқылы түсіндіруге тырысады. Белл мен Ногл жазғандай (2008), бұл теорияны жақтаушылар интим серіктестің зорлық-зомбылығының басты себебі – патриархалдық қоғамдағы гендерлік теңсіздік пен сексизм деп отыр. Ер адамның басымдығы мен әйелдің бағыныштылығын дәріптейтін қоғамдағы патриархалдық көзқарас тұрмыстық зорлық-зомбылыққа себеп болып отыр және, негізінен, ері әйеліне зорлық-зомбылық көрсетіп отыр деп тұжырымдайды (Abrar et al., 2000; Bell & Naugle, 2008; Yllö, 1988).

Феминист теориясын жақтаушылар ер адам әйел мен отбасын уысында ұстау үшін әртүрлі тактиканы қолданады, соның ішінде физикалық күш көрсетеді (Dobash & Dobash, 1978), ал әйелдің ер серіктесіне көрсеткен дөрекі мінезін қорғаныс үшін, кек алу немесе ер серіктесінің күш қолдануының алдын алу әрекеті деп түсіну керек. Патриархалдық контекстегі әйелге қатысты зорлық-зомбылықты патриархалдық емес сапалық зерттеу әдісін қолдана отырып зерттеген жөн (McMahon & Pence, 1996).

Дәстүрлі феминистік теория тұрғысынан қарасақ, әйелдерге қатысты зорлық-зомбылық – басқа зорлық-зомбылық пен қылмыстардан айрықша қылмыс (Dobash & Dobash, 2004). Сондықтан бұл мәселені шешу үшін ерлердің әйелдерге доминанттылығы мен патриархалдық сенімін өзгертуге тәрбиелеу керек және басты мақсаты әйелдерге қатысты зорлық-зомбылықтың алдын алу, азайту және жою үшін әлеуметтік патриархалдық құрылымды өзгерту болуы керек (Dutton, 2011).

Феминист теориясына дәлел болған зерттеу жұмыстарының нәтижесі күйеуі доминант отбасыларда әйеліне қол көтеру оқиғасы көбірек болатынын, күйеуі дәстүрлі «гендер рөлі» менталитетіндегі отбасында патриархалдық құндылық пен сенім жөніндегі келіспеушілік көбірек болатынын көрсетіп отыр (Hunnicutt, 2009; Leonard & Senchak, 1996; Yllö, 1983).

Феминист теориясын сынаушылар әйелдердің тұрмыстық зорлық-зомбылыққа ұшырау көрсеткіші тым көп болғандықтан, ондай жағдайларды іріктеп сараптаған. Даттонның айтуынша (2011), зерттеуге дағдарыс орталығынан, полицияның төтенше жағдай департаментінен көмек сұрап келген және босқын әйелдерді қатыстырған, кейінірек зерттеу жұмысының нәтижесін жалпы халыққа, яғни қоғамға (Dixon & Graham-Kevan, 2011) қолданып көрген.

Медиа ықпалы теориясы

Денсаулыққа қатысты және құқықтық салдары бар мәселелерді медиада жариялау мемлекеттің саясатына әсер етеді, ал ол адамдардың жүріс-тұрысына ықпал етеді (e.g., Sotirovic, 2003; Yanovitzky & Bennett, 1999).

Медиа қоғамда пікір қалыптастыра отырып, сондай-ақ шындықты жеткізе отырып, көбіне ақпаратты дұрыс жеткізбейді (Bandura, 1986). Интим серіктестің зорлық-зомбылығы жайлы ақпарат агрессордың кінәсіне де, іс-әрекетінің көлемі мен жауаптылығына да әсер етіп жатады – мұның бәрі қаржы бөлу, отбасындағы қауіпсіздікті қамтамасыз ету, агрессорды жазалау мен жәбірленушіні қорғау істеріне ықпалын тигізеді. Медиа интим серіктестің зорлық-зомбылығын қалай суреттейтінін және оның келешектегі дәл осындай зорлық-зомбылыққа қаншалықты әсер ететінін түсіне білу керек.

Кейде медианың ықпалы қоғамдағы шындық пен қауіпті түсінуге көмектеседі. Әлеуметтік агенттердің (мысалы, отбасының, достарының, қылмыстық қудалау органдарының) көмегімен медиация жасауда да медианың ықпалы бар, себебі олар да шешім қабылдар кезде медианың ықпалына ұшырайды (Yanovitzky & Bennett, 1999). Яновицкий мен Беннет ресми-бейресми санкциялардың әлеуметтік контексті мінез-құлық жөніндегі шешімге айтарлықтай ықпал етеді деген қорытындыға келген.

Мысалы, қомғаның масаң күйде көлік жүргізгендерге бейтарап қарауы мемлекеттік денсаулық сақтау мекемелерінің осындай жүріс-тұрыспен күрес шараларына теріс әсер етеді. Яновицкий мен Беннет осыны ескере келе, медиа «қоғамдық институттарға ықпал ете отырып, адамдардың жүріс-тұрысына ықпал ете алса, әлдеқайда тиімдірек болар еді» деген қорытындыға келіп, мемлекеттің денсаулық сақтау саласындағы іс-шаралары жекелеген индивидтерге емес, қоғамдық институттарға қатысты болуы керек деп тұжырымдаған (р. 446).

Хайдер-Маркел мен Жослиннің (2001) пікірінше, оқиға туралы ой медианың суреттеуіне сай қалыптасып, халықтың пайымына әсер етеді және себеп-салдардың белгілі бір ұстанымдық немесе мінез-құлықтық байланысын атап көрсетеді. Сондықтан медианың интим серіктестің зорлық-зомбылығын жариялауының маңызы зор, себебі мұндай жаңалық қауіп-қатерді түсінуге көмектеседі және сол қауіптің алдын алу мен профилактикасына қоғамдық ресурс жұмсауға даяр болуға үйретеді.

Комбс пен Словиктің (1979) айтуынша, қоғамның қандай да бір мәселе жөніндегі жаңсақ түсінігіне медианың ақпаратты бұрмалауы себеп болуы мүмкін. Медиа әлеуметтік мәселелерді жеткізе отырып, оның себебі мен салдарын меңзейді (Sotirovic, 2003), сондықтан медианың қоғамдағы құбылысты түсіндіру жолы қоғамның сол мәселені түсінуіне ықпал етеді.

Әдіснамасы

Зерттеу жұмысының басты әдісі – «қар көшкіні» тәсілімен іріктеп алған адамдармен ауқымды интервью жүргізу, яғни Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылық фактілері туралы әлеуметтік медиада жиі жариялап жүрген, медиа саласында ықпалы зор блогер, азаматтық белсенді, журналист бес эксперттен жан-жақты интервью алдық. «Қар көшкіні» тәсілі – сұхбат беретін адамды, тақырыптың өрбуіне қарай, осы тақырыпқа қаншалықты қатысы бар екеніне қарап іріктеу тәсілі (Heckathorn, 1997; Browne, 2005). Зерттеу жұмысына қатысушылар тұрмыстық зорлық-зомбылық жөніндегі біліміне және төмендегі негізгі сұрақтарға жауап беру қабілетіне қарай іріктелді:

- COVID-19 пандемиясы кезінде Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылықтың өсуіне қандай негізгі фактор әсер етті?
- Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары туралы мәлімет таратудағы әлеуметтік медианың рөлі қандай?

Жоғарыда айтып өткеніміздей, мәлімет жинаудың басты тәсілі – ауқымды интервью; интервью жоспары икемді, яғни зерттеу барысын тереңдете түсуге, интервью барысында туған сұрақтарды қоюға мүмкіндік берді. Осылайша сұхбат берушіден молырақ дерек алуға және көзқарасын тереңірек түсінуге мүмкіндік болды (Patton, 1987).

Сұхбат берушілерді әлеуметтік медиаға (мысалы, Facebook пен Instagram) талдау жасай отырып іріктедік. Қатысушының посттарының оқылымын репостардың, лайк пен комментарийлердің санымен өлшедік; білігінің деңгейі мен медиаиндустриядағы орнын бағалаған кезде, Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық жөніндегі контентінің, пікірінің, сынының, ұсынысының маңызы мен сенімділігін және тақырыпты тарату қабілетін ескердік. Мысалы, Дина Смаилова (медиа аккаунттарында Dina Tansari лақап атымен танымал) осы зерттеу жұмысының авторының досы және #НеМолчиКЗ ('#NeMolchiKZ' орыс тілінен аударғанда «үнсіз қалма» дегенді білдіреді) қоғамдық қорындағы белсенді азаматтық жұмысының арқасында түрлі медиаматериал тақырыптарына тұрақты түрде шығып жүр. Қатысушылардың бәрі сұхбат беруге келісімін берген, сұхбат онлайн-видео қоңырау платформалары арқылы 30 минуттан 1 сағатқа дейінгі ұзақтықта жүргізілген. Зерттеу жұмысының авторы сұхбатты орыс және қазақ тілдерінде жүргізген.

Ауқымды сұхбат респонденттері туралы егжей-тегжейлі мәлімет:

1	Дина Смаилова	#NeMolchiKZ қоғамдық қоры президенті, фоллоуер/дос саны: Instagram 877+, Facebook 11045+.	Facebook платформасындағы псевдонимі: https://www.facebook.com/dina.tansari Instagram: https://www.instagram.com/dinatansari/?hl=en
2	Ақмаржан Көшербаева (Қалия)	әнші, әлеуметтік медиа инфлюенсері, UNFPA ұйымының Сексуалды және репродуктивтік денсаулық пен құқық бойынша қазақстандық әйелдер, қыздар мен жастардың мәселелері туралы спикері, фоллоуер/дос саны: Instagram 110 000+, Facebook 5 000+.	Facebook: https://www.facebook.com/akmarzhan.kusherbayeva Instagram: https://www.instagram.com/kaliya_kz/?hl=en

3	Ержан Мырзабаев	психолог, әлеуметтік медиа инфлюенсері, фоллоуер/дос саны: Instagram 25 200+, Facebook 5 000+.	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100011163169366 Instagram: https://www.instagram.com/yerzhan.myrzabayev/?hl=en
4	Алиса Масалева	«Южный Казахстан» газетінің журналисі, орыс тілінде жазады, дос саны: Facebook 700+.	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100022999973104
5	Гүлмира Әбіқай	КТК телеарнасының қазақ тіліндегі хабарының жүргізушісі, фоллоуер/дос саны: Instagram 543 000+, Facebook 5 000+.	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100003191968019 Instagram: https://www.instagram.com/gulmir_ktk/?hl=ru

1-кесте. Сұхбат алған эксперттер тізімі

Сұхбат барысында шектеулер болғанын ескердік. Әлеуметтік медиа мен медиада тұрмыстық зорлық-зомбылық жөнінде ақпарат таратып жүрген адамдардың аз екені, соның ішінде қазақ тілінде хабар таратып жүргендердің аз екені осы тақырыптың Қазақстандағы контекстін түсіну ауқымына кедергі болуы мүмкін. Екіншіден, осы зерттеу жұмысын жүргізуге бөлінген уақытының аз болғаны да сұхбатқа қатысушылар санының аз болуына себеп болды.

Ауқымды интервью тәсілі зерттеу барысында қолданылған жалғыз тәсіл емес, қатысушылар санының аз болуынан туған кедергіні жойып, мән-жайды толықтыру үшін есептер мен қосалқы мәліметтерге талдау жасадық. Қолданыстағы заңдарға, саяси шаралар мен бағдарламаларға шолу жасау да мемлекеттік органдардың қолданып жүрген заңдары мен нормативтік актілерін тереңірек түсінуге септігін тигізді, сондай-ақ халықаралық ұйымдардың есептері де басқа жерден табылмайтын қосымша мәліметтер мен статистика бола алды.

Нәтижелері және дискуссия

Сұхбаттарға талдау жүргізгеннен кейін, 2-кестеде көрсетілгендей, негізгі нәтижелер мен тақырыптар анықталды. Модельдер мен тақырыптарды үш негізгі топқа бөліп, баяндаманың дискуссия бөлімінде талдау жасадық.

Табылған паттерн	Түсіндірме
Агрессорға қатысты заңды рәсімдеу процедурасы	Сұхбат берушілердің бәрі тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайына қатысты қолданыстағы процедуралар осал, тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбанына қолдау көрсетпейді және оны агрессордан қорғамайды дегенмен келісті.

<i>Табылған паттерн</i>	<i>Түсіндірме</i>
<i>Гендерлік теңсіздік</i>	<i>Қазақстан қоғамындағы әйел құқығы мен әйелдің орны Қазақстандағы жалпы саясат пен азаматтық құқық ахуалымен шектесетін көптеген мәселе тудырған.</i>
<i>Әлеуметтік мәдени нормалар</i>	<i>Дәстүр мен діни сенім үстемдігі салдарынан Қазақстандағы әйелдер дәстүрлі гендерлік норматив рөлге сай болу үшін қысым көруде (мысалы, қамқор болу және/немесе үйде отыру).</i>
<i>Экономикалық және қаржылай фактор</i>	<i>Кедейлік пен тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбандарының әсіресе COVID-19 карантині кезіндегі экономикалық қауіпсіздігі, агрессордың алкогольді көп тұтынуы тұрмыстық зорлық-зомбылық әрекетінің жиі кездесетін триггеріне айналған.</i>
<i>Өз құқықтары (соның ішінде сексуалдық және репродуктивтік және білім алу құқықтары) туралы ақпараттың жоқтығы</i>	<i>Сұхбат берушілер жалпы халықтың қарапайым адам құқықтары мен сексуалдық денсаулық туралы білімі (мысалы, сексуалдық және репродуктивтік денсаулықты түсінбеу) төмен екенін айтқан. Аталған мәселелер бойынша тиісті және жан-жақты білім әсіресе ауылдық жерлерде жоқ. Шалғай өңірлерде өмір сүретіндер тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қандай әрекет жататынын және осындай әрекетке шағымдану үшін қандай процедураны жүзеге асыру керегін білмейді. Ұят санау және табу мәселесі себепті қыз-келіншектер секс туралы сұрақ қоймайды.</i>
<i>Әлеуметтік медиа – қазақстандық медиада көтерілген тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселелерін еркін талқылауға мүмкіндік беретін басты құрал</i>	<i>Facebook пен Instagram сияқты әлеуметтік медиа арналары – халықтың Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы ақпаратын арттыратын басты көздер, олар қаржылық көмек беру/алу, ұрып-соғу туралы шағымдану үшін қайда және қалай бару керегі туралы ақпарат беріп, проблемаларды талқылайтын және оларды шешетін қоғамдық пікірталас платформасы ретінде қолданылды.</i>

2-кесте. Ауқымды сұхбат барысында анықталған модельдер

Мысалы, жоғарыдағы теориялық және концептуалдық шеңбері бөлімінде аталған Феминист теориясы, Күш теориясы және Әлеуметтен үйрену теориясы осы зерттеу жұмысымыздың нәтижесімен тікелей байланысты болып шықты. Мақала төмендегі «Агрессорға заң қолдану процедурасы жоқ» және «Гендерлік теңсіздік пен мәдени нормалар» атты екі бөліммен тікелей байланысты. Сондай-ақ жоғарыда аталған Медианың ықпалы теориясы да осы зерттеу жұмысының «Әлеуметтік медиа – ақпараттың негізгі көзі ретінде» атты үшінші бөлімімізге дәл келеді.

1. Агрессорға заң қолдану процедурасы жоқ

Сұхбат берушілердің бәрінің пікірінше, COVID-19 пандемиясы кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылықтың күрт өсуі тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасын жүргізудің нашарлығы мен тұрмыстық зорлық-

зомбылықтан жәбірленушіні агрессордан тиісті деңгейде қорғаудың болмауы себеп болып отыр.

Қолданыстағы 2009 жылы күшіне енген «Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы» заңда тұрмыстық зорлық-зомбылыққа – құқыққа қарсы қасақана әрекет немесе әрекетсіздік» (1-баптың 3-тармағы) деген анықтама беріп, зорлық-зомбылықтың күш көрсету, психологиялық, сексуалдық және/немесе экономикалық түрлері болатынын көрсеткен, оның «ерлі-зайыптылар, бұрынғы ерлі-зайыптылар, бірге тұратын немесе бірге тұрған адамдар, жақын туыстар, ортақ баласы (балалары) бар адамдарға қатысты» екенін көрсеткен (1-баптың 2-тармағы).

Алайда сұхбат берушілер қолданыстағы осы заң мен үкіметтің тұрмыстық зорлық-зомбылықты азайту мен зорлық-зомбылықтан жәбірленушіге көмек көрсету шараларын сынға алды, себебі жәбірленушілерге көмек көрсету жөніндегі қазіргі шаралар жөңсіз және тым аз болып отыр деп санайды. Қазіргі кезде бұл мәселе бойынша тергеу амалдары әйел тұрмыстық зорлық-зомбылықтан жәбір көргенін хабарлағаннан кейін басталады, ал жәбірленуші тұрмыстық зорлық-зомбылықтан айығуы немесе жарақатынан оңалуы үшін оған экономикалық көмек қажет.

«#NeMolchiKZ» қоғамдық қорының президенті және азаматтық белсенді Дина Смаилованың айтуынша, тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбанын қорғауды күшейте отырып, агрессордың жазасын да күшейту керек. Оның пікірінше, жөңсіз және қауқарсыз заңның кесірінен балалы әйелдер отбасындағы зорлық-зомбылықтың құрбаны болып отыр. Мысалы, «Тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы шағым алғаш рет түскен кезде, көбіне агрессорды полиция бөлімшесіне апарып, тұрмыстық зорлық-зомбылықты рәсімдегесін үш сағаттан кейін үйіне қайтарады», – дейді жергілікті «Южный Казахстан» (Оңтүстік Қазақстан) газетіне жаңалықтарды белсенді жазып жүрген журналист бүгінде Қазақстанның оңтүстігіндегі Түркістан облысында «MediaCamp USAID» қолдауымен жұмыс істеп жатқан «Не проходите мимо» (Бей-жай қарамаңыз) жобасына атсалысушы – Алиса Масалева. Оның айтуынша, тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы шағым түскеннен кейін агрессорға жәбірленушіге 1 ай бойы жақындауға тыйым салатын қорғау нұсқамасы шығарылуы мүмкін, бірақ одан қатаң жаза қолданылмайды.

Тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қатысты қолданыстағы заңнамаға талдау жасау барысында Қазақстан отбасындағы зорлық-зомбылықтан жәбірленушіге көмек берудің бірқатар шараларын сақтап отырғаны анықталды. Заңға сәйкес, мұндай қылмыс үшін ең ауыр жаза мөлшері – 10 жыл бас бостандығынан айыру, сонымен қатар тұрмыстық зорлық-зомбылықтың күш көрсету, психологиялық, экономикалық және қаржылық зардап көрсету сияқты түрлерін мойындаған. Оған қоса, жәбірленушінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін қорғау нұсқамасын шығару мен 24 сағат бойы қамауда ұстау сияқты өте айрықша механизмдер қарастырылған.

Қысқамерзімді қорғау заң (Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы, 2009) негізінде жүзеге асырылады, сол заңда агрессордың жәбірленушіге 30 күнге дейін жақындауына тыйым салынатыны, жәбірленушіге уақытша тұратын жер ұсынатыны, басқа да қосымша көмек көрсететіні айтылған.

Дегенмен, сұхбат берушілердің айтуынша, құқық қорғау органдарының қызметкерлері заң мен нормативтік актілердің талабын орындамайды. Құрбандардың өкінішіне қарай, «Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы» заңда да, Қылмыстық кодексте де отбасындағы зорлық-зомбылық қылмыс болып саналмайды.

Мысалы, Инстаграмда тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы қазақ тілінде жазып, көп фоллоуер жинаған Қазақстандағы КТК телеарнасының журналисі Гүлмира Әбікай әңгімелескен жәбірленушілердің көбінің қолданыстағы заңнамадағы тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қатысты шаралар мен процедураға сенімі тым төмен екенін айтып отыр. Оның айтуынша, отбасындағы зорлық-зомбылық туралы шағым түскеннен кейін, күш көрсетуші полиция бөлімшесінде, әрі кеткенде, 3 сағаттан 24 сағатқа дейін отыруы мүмкін. Көбіне бұдан кейін жәбірленушінің жағдайы тіпті нашарлай түседі екен, себебі полиция бөлімінен шыққан күш көрсетуші жәбірленушіден кек алу үшін агрессиясын өршіте түседі. Мұндай пікірді Алиса да растап, полиция отбасында күш көрсеткен адамды көбіне қамамай, тұрмыстық зорлық-зомбылыққа «отбасы, ошақ қасы» мәселесі ретінде қарап, қылмыстық құқықбұзушылық белгілерін анықтап жатпай, ресми тіркеуге де алмайды. Дина болса құқық қорғау органдарының қызметкері тұрмыстық зорлық-зомбылықты «ресми» тергеуді бастауы үшін жәбірленуші күш көрсетілгенін дәлелдеуі керек екенін, ол үшін көгерген жерін, 30 күнге жарайтын дәрігердің жазбасын көрсетуі керек екенін айтып отыр. Мұның бәрі күш көрсетті деген жалған айыппен орынсыз жаза тағайындаудың алдын алу үшін қажет.

2017 жылғы шілдеде әйелдерге қатысты физикалық күш көрсету қылмыстық құқықбұзушылық санатынан әкімшілік құқықбұзушылық санатына өзгерді (ҚР 2017 жылғы № 84-VI заңы). Дегенмен 2019 жылғы 2 қыркүйекте Қазақстан Республикасының жаңа президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Қазақстанда түбінде тұрмыстық зорлық-зомбылықпен күрес туралы заң қабылданатына сендірген болатын (Akorda, 2019). 2020 жылдың басында президент заңға отбасы мүшелеріне зорлық-зомбылық көрсетушіге жазбаша ескерту жасалатыны туралы өзгертулер мен толықтырулар енгізуге қол қойды. Айыппұлды жазбаша ескертумен өзгертуге ресми негіз «отбасына» салынған айыппұлды жәбірленуші күйеуімен бірге төлеуі керек болатыны еді. Бұл қадам тұрмыстық зорлық-зомбылық «отбасының ішкі мәселесі» деген түсінікті тағы қолдап отыр, себебі Қазақстанда мұндай мәселені әлі де полицияға хабарламай, үй ішінде шешу керек деп санайды. Қоғамдық нормалар мен әлеуметтік түсінік, тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы жаңсақ түсінік үкіметтің көзқарасына және тіркелген қылмыстық істердің санын азайтуға деген талпынысына сай келіп отыр. Жаңа заңда тұрмыстық зорлық-зомбылық үшін жаза ендігі жерде қасақана құқықбұзушылық үшін тағайындалатын жазадан жеңіл болып отыр.

Психолог, аудиториясы қазақ тілді әлеуметтік медиада тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесін көтеріп жүрген ықпалды медиа тұлға Ержан Мырзабаевтың ойынша, құқық қорғау органдарына жүгіну көбіне мұндай тығырықтан шығудың жолы бола алмайды. Е.Мырзабаевтың пікірінше, тұрмыстық зорлық-зомбылық пен харассмент түрлеріне (мысалы, физикалық, сексуалдық немесе психологиялық) шағымдану әйелдерге қиынға соғады, себебі полиция тергеушілерінің көбі – ер адамдар. Тергеушілер күмән келтірген кезде (мысалы, прокурор мен тергеушілер жәбірленушіге «Күш көрсетуге себеп болатындай мінез-құлық таныттың

ба?» деген сұрақты жиі қояды), жәбірленуші ұялып, өзін кінәлі сезінеді, сондықтан жәбірленушінің құқық қорғау органына сенімі төмен болатынын айтып отыр.

Гүлмира аудандық полиция басқармасы гендерлік істерді көбіне әйел қызметкерлерге жүктейтінін, бірақ соған қарамастан Қазақстанда әйелдердің көбі қайдан көмек сұрайтынын білмейтінін, себебі мұндай шаралардың тиімділігі мен тұрмыстық зорлық-зомбылықты бастан өткергендердің ресми есептеріне баға берілмей отырғанын айтты.

Ішкі істер министрлігінің мәліметінше, 2019 жылы Қазақстанда 40 дағдарыс орталығы жұмыс істеген (Prime Minister of Republic of Kazakhstan, 2019). Үкімет әр облыста Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы заңға сай өзгеріс енгізіп, соның арқасында 2014 жылдан бері жәбірленушілерге арналған уақытша тұратын жер ашыла бастады.

Алайда «Human Rights Watch» өкілі Қазақстандағы жергілікті дағдарыс орталықтарына барған кезде, қауіпсіздік процедуралары жеткіліксіз екенін байқаған және дағдарыс орталығы қызметкерінің жәбірленушіге серіктесінді өзің «арандатқаның» деп айыптағанын, сондай-ақ күш көрсетушімен татуласуға мәжбүрлегені жайлы естіген (HRW, 2019).

Дина мен Алиса дәл қазіргі кезде (сұхбат 2020 жылғы қыркүйекте жазылды) Қазақстан парламентінің тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қатысты заңдарға өзгертулер мен толықтырулар енгізу жөніндегі жұмыс тобы тұрмыстық зорлық-зомбылықтан жәбірленушілерге көмектесетін жаңа нормаларды енгізу жөнінде талқылау жүргізіп жатқанын айтып отыр.

Алиса да әңгімелескен полиция қызметкерлерінің көбі жаңа нормаларды құптайтынын және оң өзгеріс деп санайтынын айтып отыр; жаңа нормалар мен процедураны енгізу полицияға күш көрсетушіні қамауға алуға және жәбірленушімен байланысына шектеу қоюға мүмкіндік береді екен. Ресми нормалар мен әлеуметтік нормалардың өзгеруі құқық қорғау органдарына заңға сай жұмыс істеуге мүмкіндік берер еді, себебі тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы шағымды қабылдаудың қазіргі тәртібі полицияға кедергі келтіріп отыр.

Алайда әнші, ЮНФПА-ның Қазақстандағы әйелдер мен жастар арасындағы Сексуалдық және репродуктивтік денсаулық пен құқық мәселелері өкілі Ақмаржан Көшербаева бұл жаңа өзгертулер де, «ерлердің бәрін түрмеге қамау да» тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесін түбегейлі шеше алмайды деп отыр. Ол бұл тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесін тек ер мен әйелге адам құқығын үйрету арқылы және қоғамдағы парадигмаларды отбасындағы зорлық-зомбылықтың көбейіп бара жатқанын түсіндіре отырып, жәбірленушінің стигмасы мен ұялуын жою арқылы өзгертуге болады деп отыр.

Ержан Мырзабаев «Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы» заңға өзгертулер мен толықтырулар енгізу түбегейлі өзгеріске әкелмеуі мүмкін екенін, себебі ауылдық, аудандық жерлерде заңның орындалуына кедергілер бар екенін айтып отыр. Оның ойынша, әйелдерге арналған уақытша тұратын жермен қатар (Қазақстанда тұрмыстық зорлық-зомбылық жәбірленушілеріне арналған дағдарыс орталығы деп те аталады), күш көрсетуші ерлерге де арналған уақытша тұратын жер керек. Қазақстанда балалардың қамқоршысы көбіне әйелдер, сондықтан әйелге уақытша тұратын жер беру бұл мәселені шеше алмайды. Ал күш

көрсетушіге уақытша тұратын жер берсе, бұл мәселені түбегейлі жоюға болады. Мысалы, – дейді ол, – күш көрсетуші жәбірленушіден 30 күннен астам уақыт бөлек тұрса, сол уақытта психологиялық көмек (ашуын тежеу, терапия сессиясы) алса, өзгеруе тырысып, мінез-құлқын өзгертуге алғашқы қадамын жасауы мүмкін; ондай ер адам қоғам мен отбасына агрессиясы азайған, қауіпсіз кейіпте оралар еді.

2. Гендерлік теңсіздік және әлеуметтік мәдени нормалар

Сұхбат берушілердің бәрі де әйелдер дәстүрлі патриархалдық нормалар мен стереотиптердің кесірінен қоғамда қысымға ұшырап отырғанымен келісіп отыр. Әйелдерге қатысты зорлық-зомбылықтың көп болуы Қазақстанда гендерлік теңдіктің орнауына бөгет болып отыр, соның кесірінен COVID-19 пандемиясы кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылық саны күрт өскен.

Қазақстан 1998 жылы «Әйелдерге қатысты кемсітушіліктің барлық нысандарын жою туралы» конвенцияны (CEDAW) ратификациялады (UN Treaties Collection, 1979). CEDAW конвенциясын ратификациялаған ел оның талаптарын орындауға, әйелдерге қатысты кемсітушілік төңірегіндегі мәселелер бойынша есепті кемінде төрт жыл сайын тапсырып тұруға міндеттеледі.

Қазақстандағы әйелдердің мәртебесі жөніндегі жалпы статистикаға сүйенсек, мысалы, Қазақстанның жоғарғы заң шығарушы органы парламенттің жоғарғы палатасы сенат депутаттарының 18,8 пайызы ғана әйел (Senate of Republic of Kazakhstan, 2020), ал төменгі палатасы мәжілістері орынның 24,3 пайызында ғана әйелдер отыр (Mazhilis of Republic of Kazakhstan, 2020). Қазақстанда 2016 жылы әйелдер ерлерге қарағанда, орта есеппен, 31,4 пайыз азырақ табыс тапқан (Ministry of National Economy of Kazakhstan, 2017). Заң жүзінде әйелдер шешім қабылдауда тең құқыққа ие болса да, аборт, сексуалдық құқықбұзушылық, тұрмыстағы зорлық-зомбылық, жүктілік пен бала тууға байланысты демалыс сияқты, ең алдымен, әйелдерге қатысты заңдарды қабылдайтын парламентте әйелдердің саны үнемі аз. Жоғарыдағы статистика көрсетіп отырғандай, гендерлік теңдік контекстінде Қазақстанның атқаруға тиіс істері әлі де көп.

2016 жылғы желтоқсанда отбасындағы зорлық-зомбылықты тоқтату мақсатында Қазақстан Республикасының бұрынғы президенті Нұрсұлтан Назарбаев «Қазақстан Республикасындағы 2030 жылға дейінгі отбасылық және гендерлік саясат тұжырымдамасын бекіту туралы» деп аталатын №384 Жарлыққа қол қойды. Әйелдер мен балаларға қатысты зорлық-зомбылықты жою үшін осы жарлыққа көп көңіл бөлді. Мысалы, осындай қылмыстан зардап шеккен адамдардың қолдау қызметіне қол жеткізуін жеңілдету жәбірленуші үшін әділдік орнату жолындағы ең маңызды нәрсе болып отыр. Ерлі-зайыптылардың күш көрсетуі жағдайында жәбірленуші мен оның жақын туыстарының/достарының айғақтары мен мәлімдемелері сот шешіміне ықпал етудің құралы бола алады, бірақ әйелі жұбайына, ал отбасы мүшелері отбасының басқа мүшесіне қарсы айғақ бере алмайды. Тағы бір кедергі – зорлық-зомбылықтың тұрақты түрде қайталануына, рецидив пен келтірілген зиянның көлеміне қарамастан, татуласуға мүмкіндік беру. Сондықтан күш көрсетушіге қарсы айғақ жеткілікті болса да, бірнеше рет татуласуына болады. Жәбірленуші де

тергеу барысында кез келген уақытта татуласу туралы шешім қабылдай алады.

Қазақстан әйелдерінің қоғамдағы құқығы мен мәртебесі елдегі жалпы саяси және азаматтық құқық жағдайынан туатын көптеген қиындықтарға тап болып отыр. Е.Мырзабаев дәстүр мен дінге негізделген әлеуметтік нормалар әйелге дәстүрлі міндеттер мен рөлді жүктеп отырғанын, ал ер адамға мұндай міндет пен рөл жүктелмейтінін айтып отыр. Г.Абықайдың айтуынша, тұрмыстық зорлық-зомбылыққа көбіне ерте тұрмыс құрған әйелдер ұшырайды; жәбірленуші отбасылық зорлық-зомбылықты өз үйінде де бастан кешкен болуы мүмкін, сол зорлық-зомбылықтан қашып құтылу үшін ерте тұрмыс құрғандар да бар. Дегенмен ерте тұрмыс құрғандардың көбін «алып қашқан» екен.

Амқаржанның айтуынша, төмен білімді әйелдер (мысалы, арнайы немесе жоғарғы оқу орындарын бітірмеген әйелдер) көбіне ауылдық жерде тұрады, сондықтан олардың тұрмыстық зорлық-зомбылықтан зардап шегу қаупі жоғары. Сондай-ақ ол жалпы Қазақстан халқының, соның ішінде әсіресе ауыл тұрғындарының сексуалдық және репродуктивтік денсаулық жөніндегі білімі жоқ екенін, бұл тақырып Қазақстан мәдениетінде «ұят» саналатынын да айтты. Жас қыздар мен әйелдер секс туралы сұрақ қоюды «ұят» санайды.

Гүлмира әйелдер күйеуінің зорлауына жиі ұшырайтынын, себебі оны «жұбайдың міндеті» санайтынын атап өтті. Түркістан облысының оңтүстігіндегі Қарақалпақстаннан келген иммигранттар көп тұратын бір ауылдағы келіншектермен әңгімелескен кезде, күйеуі үнемі зорлайтынын естіген. Жәбірленушілер оқымағанын, «ұят» санағандықтан контрацепция мен сексуалдық денсаулық жайынан бейхабар екенін де айтқан. Көбі зорлық-зомбылықтан қашса, көршілерінен пана іздейді екен.

Алисаның айтуынша, тұрмыстық зорлық-зомбылықтан жәбір көрген әйелдің баратын жері жоқ, сондықтан балалары мен ата-енесін қарап, күш көрсетушімен бірге тұруға мәжбүр болады.

Гүлмираның айтуынша, зорлық-зомбылыққа төзетіндердің/бейжай қарайтындардың полицияға хабарлаудың орнына жәбірленушінің өзін айыптап, ұялтатындарының өзі күш көрсету болып саналады. Жәбірленушілердің көбі зорлық-зомбылықтан құтылу үшін жергілікті қауымнан пана іздейді.

Сұхбат берушілердің барлығы да жас буынға сексуалдық және репродуктивтік құқық туралы білім бере отырып, позитив өзгеріс тудыруға және гендерлік теңсіздікті жоюға жауапкершілік мемлекеттік ресурсқа ие болып отырған үкіметке жүктеледі деп санайды. Бес сұхбат берушінің үшеуі үкімет тұрмыстық зорлық-зомбылық жәбірленушілеріне көмектесуге тиіс деп санайды. Қазақстан мәдениеті мен қоғамын өзгерту бағытында бұқаралық коммуникация бастамаларымен қатар, көптеген саясат пен бағдарламаны жолға қою керек, себебі үкімет алдымен халықтың осы мәселеге көзқарасын («ұят» мәдениетін) өзгертуі керек.

Сұхбат берушілер тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбандарына арналған қолдау шаралары мен қызметтердің бар екенін насихаттаудың маңызына назар аударып отыр.

Сұхбат берушілердің барлығы COVID-19 карантині салдарынан Қазақстанның экономикалық ахуалы нашарлап, ақша стрессоры күш көрсетуге себеп болған деген оймен келіседі. Экономикалық тұрғыдан

тұрақсыз отбасылардың көбі пандемия әсерін бірден сезінген. Жұмыссыз қалған әйелдер күйеуінің қолына қарап қалып, қаржылық тәуелділігі артқан; «үйде отыру» тәртібі салдарынан әйелдің әлеуметтік байланыстары үзіліп, жәбірленуші үйде 24/7 режимінде құқықбұзушымен бірге қамалып отырды, мұндайда әйелдің тұрмыстық зорлық-зомбылыққа немесе басқа да күш көрсетуге ұшырау ықтималдығы артады. Гүлмира экономикалық тұрақсыздықтан туған шиеленіс кесірінен алкоголь ішу артып, соның кесірінен тұрмыстық зорлық-зомбылық саны артқанын айтты. Алиса карантин кезінде кафелер жабық болып, құқықбұзушы ішімдікті үйде ішіп, зайыбына отбасы мүшелерінің көзінше соқтығатынын атап өтті.

3. Әлеуметтік медиа ақпараттың негізгі көзі ретінде

Қатысушылардың барлығы әлеуметтік медиа халықты тұрмыстық зорлық-зомбылық жайлы хабар етуде және әлеуметтік әділдікке шақыруда маңызды рөл атқаратынымен келісті. Сонымен қатар әлеуметтік медиа проблеманы және оны шешуді жария түрде талқылау және құрбандарды қолдау қызметіне қол жеткізу платформасына айналған.

Тұрмыстық зорлық-зомбылық негізінен жәбірленуші оқшау кезде болады; әлеуметтік медиа жәбірленушіге сыртқы әлеммен байланысуға жол ашады, әлеуметтік медиа болмаса, жәбірленуші оқшау қалуы мүмкін. Жәбірленуші әлеуметтік медиа арқылы ақпарат, ресурс және қолдау іздейді, цифрлы әлем болмаса, мұндай мүмкіндік болмас еді.

Ақмаржан болса репродуктивтік және сексуалдық құқық мәселелері жөнінде білім беруде және тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары туралы хабар таратуда, сондай-ақ таргет аудиториясы мен фоллоуерлерінің дербес ойлауына әсер етуде әлеуметтік медианың маңызы зор екенін айтты.

Ержан фоллоуерлерімен апта сайын Instagram желісінде тікелей эфир өткізуді бастап, COVID-19 пандемиясы барысында аудиториясының сұрақтарына жауап беру мүмкіндігіне ие болған. Оның айтуынша, оның Инстаграмдағы тікелей эфирі интерактив түрде өтіп, аудитория оған оңай қосыла алған. Әлеуметтік медианы осылайша пайдалану жалпы халыққа позитив әсер етіп, олардың тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесі төңірегіндегі білгенін арттыра түсті, мамандар мен эксперттерге аудитория жинайтын платформа болған әлеуметтік медиа танымды арттыру науқандарына бұқаралық коммуникация құралы бола алады.

Сұхбат беруші Гүлмира мен Алиса журналистік жұмыстағы әлеуметтік медианың рөлін атап көретті. Мысалы, құрбандар Гүлмираға әлеуметтік медиа арқылы хабарласа алады, себебі оның профилі – тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесі туралы мәлімет беріп, көмек іздеген құрбандарды қолдаушы қызметпен, ресурстармен белсенді түрде қамтамасыз ететін сирек профильдердің бірі.

Ол тұрмыстық зорлық-зомбылық проблемасы туралы зерттеуші телерепортаждар түсіріп, құрбандарды қорғау арқылы да журналистік атын шығарған. Гүлмираның айтуынша, қазақстандық аудитория негізінен Инстаграм желісінде белсенді, одан кейінгі орында Facebook тұр. Пандемия кезінде ол тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары туралы жазуға көбірек уақыт бөліп, белсенді коммуникация жасағанда, оның Инстаграмдағы «gulmir_ktk» бетіне жаңадан 300 000 фоллоуер қосылған (барлығы 545 000 фоллоуер). Алиса өзінің журналистік зерттеу

мақалаларына құрбандарды табуға, ал құрбандарға оның көмегіне оңаша жүгініп, басынан өткен жайтты айтуға септескендіктен, әлеуметтік медиа интеграциялық құрал екенін атап өтті. Әлеуметтік медианы қолдаушы қызмет, мемлекеттік емес және қайырымдылық ұйымдары туралы ақпарат таратып, оларды таныстыруға да қолдануға болады. Дина әлеуметтік медианы #NeMolchiKZ хештегі арқылы коммуникация жасауға, ақпараттық ресурсты беруге және қайыр садақа жинауға пайдаланады.

Ұсыныстар мен қорытынды

Қорыта келе, бұл зерттеудің Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық және осы мәселелерді жариялаудағы медианың рөлі туралы дискуссияны байсалды ете түскенін айта кеткен жөн.

Зерттеудің басты нәтижелеріне сүйенсек, COVID-19 пандемиясы мен ұлттық карантин кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайларының күрт өсіп кетуіне мыналар себеп болған:

- (1) Шалғай аудандарда тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары бойынша жұмыстың нашар жүргізілуі, Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбанын агрессордан қорғамау

Тұрмыстағы жәбірдің алдын алу мен оған қарсы әрекет қарастырылған заңдар бар болса да, сұхбат берушілер аталған заңдар мен процедуралардың дұрыс орындалмайтынымен келісті. Мысалы, Тұрмыстық зорлық-зомбылық профилактикасы туралы заң да (Law on Prevention of Domestic Violence, 2009), қылмыстық кодекс те (The Criminal Code, 2014) тұрмыстағы зорлық-зомбылықты айырықша қылмыс ретінде қарастырмайды.

Үкімет әйел мен ердің екеуіне де адам құқықтары туралы мәлімет беріп, яғни отбасылардағы тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайларының көп екені туралы танымдық мәлімет беріп, тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайын басынан өткендерді ұялту мен оларды стигмалауды азайтатын және тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбаны пайдалана алатын қолдаушы шаралар мен қызметті насихаттап, жариялау үшін қазіргіден гөрі кешенді әрі жан-жақты ұстанымға көшуі керек.

Сонымен қатар тұрмыстық зорлық-зомбылықты жасауы мүмкін ерлерге арналған мекен ашу ұсынылды, олар онда психологиялық көмек алып (мысалы, ашуға ие болу, терапия сессиясы), мінез-құлқын өзгертіп, қоғам мен отбасына агрессиясы мен қорқыныш тудыру кейпін басып келер еді.

- (2) Дәстүрлі патриархиялық нормалар мен стереотиптер кесірінен әйелдер қоғамнан үлкен қысым көруде; әйелдерге қатысты зорлық-зомбылық санының көп болуы Қазақстандағы гендерлік теңдіктің орнауына бөгет болып, COVID-19 пандемиясы кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары күрт өсті.

Іс жүзінде көп интервьюден жиналған мәлімет тұрмыстық зорлық-зомбылық құрбаны мен оған әлімжеттік жасаушыны жауапқа тарту жайы өте нашар күйде деген тұжырымға барып тіреледі. Сұхбат берушілер Қазақстан қоғамы мен мәдениетін, әсіресе халықтың «ұятқа» қатысты ұстанымын өзгерту үшін саяси шаралар легі, бағдарламалар мен бұқаралық коммуникация науқандары ұйымдастырылуы керек деген ұстанымда.

Үкімет білім беру, соның ішінде жас ұрпаққа сексуалдық және репродуктивтік құқық туралы білім беру арқылы гендер теңдігіне жеткізетін позитив өзгеріске септесуге тиіс деген ұсыныс айтылды. Белсенді науқан өткізіп, гендер теңсіздігі, әйелдерді дәстүрлі рөлдерге сай болуға мәжбүрлейтін дәстүрлі әлеуметтік нормалар туралы мәлімет таратылса, олардың күші әлсіреп, әйелдердің қатігез ерінен еркіндік (мысалы, қаржылай, экономикалық, психологиялық) алуына жол ашуы мүмкін.

- (3) Әлеуметтік медиа тұрмыстық зорлық-зомбылық жағдайлары туралы хабар тарату, әділдік орнатуды талап ету, проблемалар мен оларды шешу жолдарын жария түрде талқылау және мемлекеттік емес ұйымның қаржылай қолдау іздеуінде маңызды рөл атқарады.

Instagram қазақстандықтардың үлкен қызығушылығына ие және ел ішінде ең көп қолданылатын әлеуметтік медиа платформасына айналған; көптеген азаматтық белсенді мен медиатұлға оны тұрмыстық зорлық-зомбылық мен көптеген әлеуметтік мәселелерді жариялау және оларға қатысты оқыту бағдарламаларын таныстыру платформасы ретінде қолданады.

Осы зерттеудің бірнеше кемшілігі мойындалған еді. Зерттеу ауқымы шектеулі және қатысушы саны аз; бес қана эксперттен сұхбат алынды, мұндай олқылық зерттеуге басты тапсырыс беруші уақыт мерзімінің аз болғанынан болып отыр.

Дегенмен бұл олқылықтар осы зерттеуді болашақта жеткілікті уақытта білімі мен біліктілігі әртүрлі қатысушылар көбірек тартып, кеңінен ұйымдастыра алатынына себеп бола алады. Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесін жан-жақты түсіну үшін жазылатын сұхбаттарды талдауға болады.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Abrar, S., Lovenduski, J., & Margetts, H. (2000). Feminist ideas and domestic violence policy change. *Political studies*, 48(2), 239–262. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00258>
2. Akorda. (2019a). President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019. Retrieved from: http://www.akorda.kz/en/addresses/addresses_of_president/president-of-kazakhstan-kassym-jomart-tokayevs-state-of-the-nation-address-september-2-2019
3. Akorda. (2019b). The Head of State signed the Law of the Republic of Kazakhstan «On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Improving Criminal, Criminal Procedure Laws and Strengthening the Protection of Individual Rights». Retrieved from: http://www.akorda.kz/ru/legal_acts/laws/glavoi-gosudarstva-podpisan-zakon-respubliki-kazahstan-o-vnesenii-izmenenii-i-dopolnenii-v-nekotorye-zakonodatelnye-akty-respubliki-kazahsta-239
4. Alexander, P. C., Tracy, A., Radek, M., & Koverola, C. (2009). Predicting stages of change in battered women. *Journal of Interpersonal Violence*, 24(10), 1652–1672. <https://doi.org/10.1177/0886260509331494>
5. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
6. Barrett, B. J. & Pierre, M. S. (2011). Variations in women's help seeking in response to intimate partner violence: Findings from a Canadian population-based study. *Violence Against Women*, 17(1), 47–70. <https://doi.org/10.1177/1077801210394273>
7. Bell, K. M. & Naugle, A. E. (2008). Intimate partner violence theoretical considerations: Moving towards a contextual framework. *Clinical Psychology Review*, 28(7), 1096–1107. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2008.03.003>
8. Berzenski, S. R. & Yates, T. M. (2010). A developmental process analysis of the contribution of childhood emotional abuse to relationship violence. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 19(2), 180–203. <https://doi.org/10.1080/10926770903539474>
9. Browne, K., 2005, “Snowball sampling: Using social networks to research non-heterosexual women”. *International Journal of Social Research Methodology*, 8, 847–860.
10. Burelomova, A.S., Gulina, M.A. & Tikhomandritskaya, A. O. (2018). Intimate Partner Violence: An Overview of the Existing Theories, Conceptual Frameworks, and Definitions. *Psychology in Russia: State of Art*, 11(3), 128–144. <https://doi.org/10.11621/pir.2018.0309>
11. Cascardi, M. & Vivian, D. (1995). Context for specific episodes of marital violence: Gender and severity of violence differences. *Journal of Family Violence*, 10(3), 265–293. <https://doi.org/10.1007/BF02110993>
12. Central Communications. (2020, August 6th). On the current state of the fight against domestic violence. Youtube. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=cc7rRIfuNPA&feature=youtu.be>
13. Criminal Code of the Republic of Kazakhstan No. 226-V. (2014). (as amended and supplemented as of 06.10.2020). Retrieved from: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31575252
14. Combs, B., & Slovic, P. (1979). Newspaper coverage of causes of death. *Journalism Quarterly*, 56, 837–843.
15. Daigneault, I., Hébert, M., & McDuff, P. (2009). Men's and women's childhood sexual abuse and victimization in adult partner relationships: A study of risk factors. *Child Abuse & Neglect*, 33(9), 638–647. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2009.04.003>

16. Dixon, L. & Graham-Kevan, N. (2011). Understanding the nature and etiology of intimate partner violence and implications for practice and policy. *Clinical Psychology Review*, 31(7), 1145-1155. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2011.07.001>
17. Dobash, R. P., & Dobash, R. E. (2004). Women's violence to men in intimate relationships working on a puzzle. *The British Journal of Criminology*, 324-349.
18. Dutton, D. G. (2011). *Rethinking domestic violence*: UBC Press.
19. Feder, G. S., Hutson, M., Ramsay, J., & Taket, A. R. (2006). Women exposed to intimate partner violence: expectations and experiences when they encounter health care professionals: a meta-analysis of qualitative studies. *Archives of Internal Medicine*, 166(1), 22-37. <https://doi.org/10.1001/archinte.166.1.22>
20. Jin, X., Eagle, M., & Yoshioka, M. (2007). Early exposure to violence in the family of origin and positive attitudes towards marital violence: Chinese immigrant male batterers vs. controls. *Journal of Family Violence*, 22(4), 211-222. <https://doi.org/10.1007/s10896-007-9073-3>
21. Haider-Markel, D. P., & Joslyn, M. R. (2001). Gun policy, opinion, tragedy, and blame attribution: The conditional influence of issue frames. *Journal of Politics*, 63, 520-543.
22. Heckathorn, D. D., 1997, "Respondent-driven sampling: A new approach to the study of hidden populations". *Social Problems*, 44, 174-199.
23. Human Rights Watch. (2019). *Kazakhstan: Little Help for Domestic Violence Survivors*. Retrieved from: <https://www.hrw.org/news/2019/10/17/kazakhstan-little-help-domestic-violence-survivors>
24. Hunnicutt, G. (2009). Varieties of patriarchy and violence against women: Resurrecting "patriarchy" as a theoretical tool. *Violence against Women*. <https://doi.org/10.1177/1077801208331246>
25. Garcia, S. (2017). The Woman Who Created #MeToo Long Before Hashtags, N.Y. TIMES. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2017/10/20/us/me-too-movement-tarana-burke.html>.
26. Law of the Republic of Kazakhstan No. 214-IV. (2009). On the prevention of domestic violence. (with amendments and additions as of 07.07.2020). Chapter 1. General Provisions, Article 1. Basic concepts used in this Law, 3 paragraph. Retrieved from: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30525680
27. Law of the Republic of Kazakhstan No. 84-VI. (2017). On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Improving the Law Enforcement System. Retrieved from: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=33354739#pos=1;-16
28. Leonard, K. E. & Senchak, M. (1996). Prospective prediction of husband marital aggression within newlywed couples. *Journal of Abnormal Psychology*, 105(3), 369. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.105.3.369>
29. Lewis, S. F. & Fremouw, W. (2001). Dating violence: A critical review of the literature. *Clinical Psychology Review*, 21(1), 105-127. [https://doi.org/10.1016/S0272-7358\(99\)00042-2](https://doi.org/10.1016/S0272-7358(99)00042-2)
30. Mazhilis of Republic of Kazakhstan. (2020). Retrieved from: <http://www.parlam.kz/ru/mazhilis/General/Deputats>
31. McFeely, C., Whiting, N., Lombard, N., & McGowan, M. (2013). Domestic Abuse and Gender Inequality: An overview of the current debate. Retrieved from: <https://www.era.lib.ed.ac.uk/handle/1842/8769>
32. Mihalic, S. W. & Elliott, D. (2005). A social learning theory model of marital violence. *Readings in Family Theory*, 98.
33. Ministry of National Economy of Kazakhstan. (2017). Committee on Statistics. Women and Men of Kazakhstan 2012-2016, Astana. Retrieved from: <https://stat.gov.kz/>

34. Nagae, M. & Dancy, B. L. (2010). Japanese women's perceptions of intimate partnerviolence. *Journal of Interpersonal Violence*, 25(4), 753-766. <https://doi.org/10.1177/0886260509334413>
35. Parks, S. E., Kim, K. H., Day, N. L., Garza, M. A., & Larkby, C. A. (2011). Lifetime self-reported victimization among low-income, urban women: The relationship between childhood maltreatment and adult violent victimization. *Journal of Interpersonal Violence*, 26(6), 1111-1128. <https://doi.org/10.1177/0886260510368158>
36. Petersen, R., Moracco, K. E., Goldstein, K. M., & Clark, K. A. (2005). Moving beyond disclosure: women's perspectives on barriers and motivators to seeking assistance for intimate partner violence. *Women & Health*, 40(3), 63-76. https://doi.org/10.1300/J013v40n03_05
37. Prime Minister of Republic of Kazakhstan. (2019). Retrieved from: <http://www.primeminister.kz/ru/inquiries/10>
38. Prosecutor General's Office. (2019). The Prosecutor General's Office hosted a meeting of the National Commission on Domestic Violence. Retrieved from: <https://www.gov.kz/memleket/entities/prokuror/press/news/details/v-genprokurature-sostoyalos-zasedanie-nackomissii-po-voprosam-bytovogo-nasiliya?lang=ru>
39. Riggs, D. S., Caulfield, M. B., & Street, A. E. (2000). Risk for domestic violence: Factors associated with perpetration and victimization. *Journal of clinical psychology*, 56(10), 1289-1316. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(200010\)56:10<1289::AID-JCLP4>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/1097-4679(200010)56:10<1289::AID-JCLP4>3.0.CO;2-Z)
40. Robinson, A. L. (2006). The Dyn Project: Supporting men experiencing domestic abuse. Final Evaluation Report.
41. Sagrestano, L. M., Heavey, C. L., & Christensen, A. (1999). Perceived power and physical violence in marital conflict. *Journal of Social Issues*, 55(1), 65-79. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00105>
42. Satubaldina, A. (2020). Domestic Violence Doubles, Sharp Spike Blamed on Extreme Quarantine Measures. Retrieved from: <https://astanatimes.com/2020/05/domestic-violence-doubles-sharp-spike-blamed-on-extreme-quarantine-measures/>
43. Senate of Republic of Kazakhstan. (2020). Retrieved from: <http://senate.parlam.kz/ru-RU/about/deputies>
44. Shook, N. J., Gerrity, D. A., Jurich, J., & Segrist, A. E. (2000). Courtship violence among college students: A comparison of verbally and physically abusive couples. *Journal of Family Violence*, 15(1), 1-22. <https://doi.org/10.1023/A:1007532718917>
45. Sotirovic, M. (2003). How individuals explain social problems: The influences of media use. *Journal of Communication*, 53, 122-137.
46. Smith, D. (2012). *A new response to youth crime*: Routledge.
47. Straus, M. A. (1977a). Sexual inequality, cultural norms and wife beating. *Sage Yearbooks in Women Policy Studies*, 2.
48. Straus, M. A. (1977b). Wife beating: How common and why? *Victimology*.
49. Thompson, R. S., Bonomi, A. E., Anderson, M., Reid, R. J., Dimer, J. A., Carrell, D., & Rivara, F. P. (2006). Intimate partner violence: Prevalence, types, and chronicity in adult women. *American Journal of Preventive Medicine*, 30(6), 447-457. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2006.01.016>
50. United Nations. (2020). What is Domestic Abuse? Retrieved from: <https://www.un.org/en/coronavirus/what-is-domestic-abuse>
51. United Nations Treaty Collection. (1979). Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women. Retrieved from: https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=IND&mtdsg_no=IV-8&chapter=4&lang=en

52. UN Women. (2020). «Facts and Figures: Ending violence against women». Retrieved from: <https://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/violenceagainstwomen/en/index.html#intimate-3>
53. Yanovitzky, I., & Bennett, C. (1999). Media attention, institutional response, and health behavior change: The case of drunk driving, 1978-1996. *Communication Research*, 26, 429-453.
54. Yllö, K. (1983). Sexual equality and violence against wives in American states. *Journal of Comparative Family Studies*, 67-86.

ПАНДЕМИЯ КЕЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ГЕНДЕРЛІК ТҰРМЫСТЫҚ ЗОРЛЫҚ-ЗОМБЫЛЫҚ ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ ТАРАТУДАҒЫ ЖАҒАЛЫҚ ПОРТАЛДАРЫНЫҢ РӨЛІ: ГЕРМАНИЯ МЕН РУМЫНИЯНЫҢ ТӘЖІРИБЕСІМЕН САЛЫСТЫРЫП ТАЛДАУ

Диана Алпысбаева & Дина Джужбаева

Кіріспе

Пандемия кезінде қазақстандық медиа елдегі әлеуметтік мәселелерді көрсететін басты инфлюенсер ролінде болды. Қазақстандағы үйде оқшаулану кезеңінде әйелдерге қатысты тұрмыстық зорлық-зомбылық 25 пайызға артқаны белгілі болып отыр (отбасындағы зорлық-зомбылық: агрессорды ғана емес, мемлекеттік органдарды да жазалағысы келеді, 2020). Тұрмыстық зорлық-зомбылықтың көлемі бір елмен шектеліп қалмайды. Әлемде оқшаулану кезеңінің басында 6-сәуірде БҰҰ бас хатшысы Антонио Гуттериш әйелдерге қатысты «тұрмыстық зорлық-зомбылықтың саны бүкіл әлемде өрескел өсіп кеткенін» мойындап, мұның алдын алу үшін әрекет етуге шақырды («UN chief calls for domestic violence ‘ceasefire’ amid ‘horrifying global surge’», 2020).

Сондықтан осы жағымсыз құбылыс туралы мәлімет таратуда қазақстандық медианың маңызын жоққа шығаруға болмайды. Бұл мақалада пандемия кезіндегі гендерлік тұрмыстық зорлық-зомбылықтың артуының Қазақстандағы БАҚ-тың жаңалық бөлімдерінде жариялануы жайы қарастырылады. Нақты айтқанда, Қазақстанда карантин кезеңінде медиаматериалдың сапасына, журналистік стандарттарды қолдануына Румыния мен Германияның тәжірибесімен салыстыру жүргізіледі.

Бұл мақала Қазақстандағы жаңалық порталдарының пандемия кезінде гендерлік зорлық-зомбылық жайында қандай материал жазғанын Германия мен Румынияның жағдайымен салыстыра отырып көрсетуді көздейді. Қазақстан-Германия-Румыния елдерінде жарияланған жаңалықтарға сараптама жасауға мақаланың қазақстандық тең авторларының ғылыми білігі мен шет тілдерін білуі себеп болып отыр.

Зерттеу барысында тұрмыстық зорлық-зомбылық және гендерлік/әйелге қатысты зорлық-зомбылық ұғымдары қолданылды, бұл ұғымдардың мағынасы – «басқа адамға әсер ететін физикалық, сексуалдық, эмоциялық, экономикалық немесе психологиялық әрекет немесе әрекет жасаумен қорқыту» (United Nations, 2020).

Пандемияның әлі де жалғасып келе жатқаны мен қазақ әйелдеріне қатысты тұрмыстық зорлық-зомбылықтың шиеленісе түсуі осы зерттеу мақаласын өзекті етіп отыр. Мақала осы тақырыпқа қатысы

бар қазақстандық және шетелдік ғалымдардың ғана емес, сондай-ақ ортаазиялық «төртінші билік» пен гендерлік зорлық-зомбылықтың арақатынасы туралы мәлімет іздеген зерттеушілердің де танымын арттырады.

Гендерлік зорлық-зомбылық туралы медиаматериалдар

Нелкиннің пікірінше, медианың ықпалы қандай да бір жайтты бастан өткеруден де немесе сол жайт туралы білгеннен де күштірек (Nelkin, 1990). Медиа хабарлары – халықтың ғылым мен қандай да бір күрделі құбылыстарды түсінуінің аса маңызды құралдарының бірі (Ungar, 2000). Локдаун кезінде сыртқы әлемнен оқшаулану барысында әлеуметтік медиа мен басқа да медиа-ресурстар сыртқы дүниемен қарым-қатынастың және ақпарат алудың басты құралының біріне айналды.

Әлемнің түкпір-түкпіріндегі жаңалықтарды зерттеп жүрген ғалымдардың айтуынша, медиа әртүрлі тәсілдерді қолдана отырып, мысалы тақырыпты белгілі бір ракурстан ғана көрсету, гейткипинг жасау, оқиғаның белгілі бір қырын ғана көрсету, ауқымын шектеу немесе жариялайтын медианың түрін таңдау сияқты тәсілдерді қолдана отырып, қоғамдағы пікірді шектеу/пікірге ықпал ету күшіне ие (Vreese & Boomgaarden, 2003). Осылайша белгілі бір тәсілмен жеткізілген гендерлік зорлық-зомбылық тақырыбы төңірегінде пікірталас тудыра отырып, аудиторияға ықпал етеді (Monahan and Meyers, 1999; Perse, 1990). Янковичкийдің айтуынша, гендерлік зорлық-зомбылық жайындағы медиаматериал мемлекеттің саясатына тікелей әсер етеді және БАҚ-тың қандай да бір тақырып туралы жиі жазуының сол мәселе жөніндегі саяси стратегияға тікелей байланысы болады (Yanovitzky 2002). Дегенмен онысы саясаткерлерге ғана емес, қоғамдағы пікірге де ықпал етеді (Palazzolo, Kelly & Anthony 2011). Еуропада бұл мәселеге назар аударылғанына бірталай жыл болды. 2010 жылы жүргізілген сауалнама еуропалықтардың 98% отбасындағы зорлық-зомбылықты үлкен әлеуметтік мәселе санайтынын және БАҚ-тың, үкіметтің немесе осы мәселеге қатысы бар өзге де мүдделі тұлғалардың қоғам назарын осы мәселеге аударудағы рөлі маңызды екенін айтқан («Special Eurobarometer 344: Domestic Violence against Women - European Union Open Data Portal», 2020).

Ғалымдар гендерлік зорлық-зомбылыққа қатысты фреймингтің эпизодтық және тақырыптық түрлері болатынын айтып отыр (Carlyle et al., 2014). Журналистердің қандай да бір тұрмыстық зорлық-зомбылық оқиғасын сипаттаған кезде «Не болды?» деген сұраққа мән беруі эпизодтық фрейминг болып саналады. Әдетте гендерлік зорлық-зомбылық оқиғалары жеке қылмыс ретінде бір-бірінен бөлек қарастырылады. Ал тақырыптық фрейминг оқиғаның «неліктен» және «қалай» болғанына мән береді. Фреймингтің бұл түрі оқырманның стереотипті байқауына көмектеседі (Meyer & Post, 2013).

Жаңалық порталдарының көбі гендерлік зорлық-зомбылықтан стереотипті көрсететін эпизод фреймингін қолданады. Осы кезде жаңалық жантүршігерлік болып, аудиторияға көбірек ұнайды (Sotirovic, 2003). Ендігі бір ғалымның пікірінше, эпизод фреймингі жеке тұлғаларға ғана әсер етеді. Ал тақырып фреймингі баяндау аясын кеңейтіп, үкіметтің, белсенділердің, мемлекеттік емес ұйымдардың т.б. көзқарасын да қамти түседі (Lawtence, 2004).

Қазақстандағы, әсіресе COVID-19 пандемиясы кезіндегі гендерлік зорлық-зомбылық туралы медиаматериалдарға жасалған зерттеу әдебиеті тапшы. Алайда бірен-саран ресейлік зерттеушілер Ресейде тұрмыстық зорлық-зомбылық күн сайын болып жататынын, медиа гендерлік зорлық-зомбылықты әлеуметтік проблема ретінде көрсетпейтінін айтып жүр. Гендерлік зорлық-зомбылық тақырыбын анық түсіндіру оңай емес, себебі ол Ресейде күнделікті өмірдің бір бөлігіне айналған (Ясавеев, 2020). Зерттеу жобаларының бірінің мәліметіне сәйкес, тұрмыстағы зорлық-зомбылық туралы ай сайын 2-3 материал басылады, бірақ сол материалдар бір-бірімен байланысты емес, эпизод фреймингі сипатында болып отыр (Баязитова, 2020).

Бұл материалдардың тағы бір қыры – жаңалық ретіндегі жарамдылығын көрсететін аудиториясы, оқырманға қызық болуы/оқылымы немесе пікір жазылуы сияқты элементерден тұратын сипаты. Бұл материалдардың ұтымды ұраны мен айрықша визуал элементтері бар, медиа да бұл материалды «жаңалыққа жарайды» деген фактор бойынша ғана таңдап алады (Lee & Wong, 2019). БАҚ медианың гендерлік зорлық-зомбылықты жариялаудағы осы кемшіліктерін ескере отырып, материалды қоғамда тұрмыстағы зорлық-зомбылық туралы пікірді нашарлатып жібермейтін, керісінше, осы әлеуметтік мәселенің алдын алатын тәсілді қолдануға тиіс.

Материалдар және әдістер

Мәліметті таңдау және іріктеу

Осы зерттеу жұмысы 2020 жылғы 16 наурыздан 30 қазанға дейін жалғасқан. 2020 жылғы 16 наурызда Қазақстанда төтенше жағдай жарияланып, ел аумағында карантин жарияланды (“President Tokayev announces one-month state of emergency”, 2020).

Зерттеу жұмысында жаңалық порталдарының екі түрі қарастырылған: мемлекеттік және жекеменшік. Бұлай жіктеудің себебі – осы екі санаттың өзара айырмашылығы мен ұқсас тұстарын анықтау. Қазақ және орыстілді материалдардың екеуі де қазақ медиасы ретінде қарастырылды.

Зерттеу барысында басты мән беретін жаңалық порталдарын іріктеп алу үшін алдымен Қазақстандағы, Германиядағы және Румыниядағы ең көп оқылатын жаңалық порталдарына мониторинг жасалды. Әр елден жүзден аса, барлығы үш жүздей мақала қарастырылды. Авторлар осы елдердегі ең көп оқылатын жаңалық порталдарына баса мән берсе де, сұранысқа онша ие емес порталдарды да назардан тыс қалдырмады. Немістің ‘Deutsche Welle’ сайты сияқты жаңалық порталдары Германиядағы жергілікті жаңалықтарды емес, әлем жаңалықтарын жазады. Сондықтан ондай порталдар жаңалық порталдарын таңдаудың алғашқы айналымында-ақ зерттеу жұмысына жарамсыз болып танылды. Германияда медиа тәуелсіз және оларға қатысты арнайы салық жүйесі бар, сондықтан бұл елде мемлекеттік жаңалық порталы жоқ, сол себепті «Hemis федералдық ақпарат және баспасөз агенттігін» (“Überregionale Zeitungen in Deutschland”, 2020) мемлекеттік БАҚ ретінде алдық. Румынияда «Agerpres» сайты мемлекеттік жаңалық порталы емес, бірақ бюджетін Ұлттық ақпарат агенттігі бөліп отыр. Мониторинг барысында әр санатқа мынадай жаңалық порталдары іріктеліп алынды:

Қазақстандағы мемлекеттік жаңалық порталдары: Kazinform, 24kz, Казахстанская правда, Парламент, Мәжіліс; Германиядан: Presse-und Informationsamt der Bundesregierung; Румыниядан: Agerpres.

Қазақстандағы жекеменшік жаңалық порталдары: Tengrinews, Informburo, Zakon.kz, Nur.kz; Германиядан: Tagespiegel, Suddeutschezeitung, ZDF, Spiegel; Румыниядан: Digi24, Mediafax, Stiripesurse.

Уақыт шектеулі болғандықтан, Қазақстандағы мемлекеттік және жекеменшік жаңалық порталдары санаттарының әрқайсындағы 8 мақалаға, Германия мен Румынияның әрқайсынан 8 мақалаға талдау жасалды. Зерттеу жұмысын тереңірек жүргізу әрі қазақ және орыс тілдеріндегі материалдарды тең қамту үшін қазақстандық 10 мақаланы талдадық.³³ Барлығы 26 мақалаға талдау жасалды.

Құрылымы мен мәліметін талдау

Материалдар бірнеше шарт бойынша іріктелді. Бірінші шарт бойынша, материалдың тақырыбы мен зерттеу мәселесі сай болуы керек. Мысалы, авторлар іріктеу барысында балаларға және қарттарға қатысты зорлық-зомбылық тақырыбына жазылған жүздеген материалдардың ішінде зерттеу жұмысының мына шарттарға сай болуына мән берді:

1. Жарияланған күні: 2020 жылғы 16 наурыздан 30 қазанға дейін.
2. Керек тақырып: әйелдерге қатысты тұрмыстық зорлық-зомбылық.
3. Оқиға болған ел: Қазақстан, Германия, Румыния.

Келесі айналымда материалдың алғашқы мәлімет беруші ретіндегі дескриптивті талдау белгілері бойынша іріктелді:

- 1) Оқылымы «жоғары», «орташа» және «төмен» болып жіктелді. Бұлай жіктеу оқырманның материалды қаншалықты жеңіл түсінетінін, оқиға желісін сезінуін білдіреді. Уеб-сайттың интерфейсі, стилі, форматы сияқты визуал онлайн-элементтерінің де маңызы бар.
- 2) Контент пен ауқым коэффициенті: 10-нан 1-ге дейін. Контент пен ауқымның ең жоғарғы коэффициенті – 10.
- 3) Материалдың дереккөзінің ашық болуы осы материалдағы мәліметтің сенімділігін көрсетеді. Оқырман ақпараттың дереккөзін көре ала ма?
- 4) Бейтараптығы тұрмыстық зорлық-зомбылық жайында ақпарат берген журналист қай тарапты қолдап отырғанын көрсетеді. Жауабы: жәбірленушіні, күш көрсетушіні немесе бейтарап екенін.
- 5) Құрылымының үйлесімі: «ақпаратты үйлесімді және логикаға сай, бір жайттан екінші жайт туындайтын тізбекпен жеткізуі» (Bennett, 2018).

³³ Алайда қазақ тілінде жазылған мақала табу қиын болды, мысалы, Казправда орыс тілінде жариялаған зорлық-зомбылық оқиғаларын қазақша баспады. Парламенттік мәжіліс веб-сайтында да осы тренд байқалды. Қазақ тіліндегі ақпаратпен салыстырған орыс тіліндегі ақпарат егжей-тегжейлі жазылып, өзіндік структурасы болды.

- 6) Сөз саны.
- 7) *Пікір саны, мүмкіндігінше.
- 8) *Оқылым саны, мүмкіндігінше.

Зерттеу жұмысы бір-біріне ұқсас екі зерттеу жобасының жиынтығы түрінде жүргізілді. Челси Ли мен Дженнифер С. Уонгтың еңбегінде Канада газеттеріндегі жаңалықтардағы тұрмыстық зорлық-зомбылық жөніндегі материалдарға мән берілген (Lee & Wong, 2019). Олар жүзден аса материалды сараптап, 4 тақырыпқа бөлген. Бұл зерттеу жұмысында 4 тақырып емес, 5 тақырып алдық және оларды жоғарыдағы зерттеу сұрақтары бойынша таңдадық: «Пандемия және гендерлік зорлық-зомбылық», «Тағы бір күш көрсету оқиғасы», «Әйелдің өз кінәсі/жәбірленушіні кінәлау», «Жаңалыққа жарамды болса ғана проблема етіп көрсетуі», «Журналистің іс-әрекетке шақыруы».

Сараптама техникасының екінші элементі – мәліметті абстракциялаудың стандартты формасы, оны журналистер Сандхия Кажепита, Кара Ноеснер, Эдуард Хилл қолданған (Kajeepeta et al., 2016). Бұл сараптамада сұрақтардың саны жиырмаға жетті. Мәліметті абстракциялау формасы мәліметті жүйелі түрде жинаған кезде қолданылады. Авторлар іріктеп алынған материалдардан мәлімет алған соң жоғарыда аталған 5 санат бойынша дескриптив және елдерді салыстыру бойынша сараптама жүргізген.

Мәліметті абстракциялаудың стандарт формасында мына санаттағы сұрақтар қолданылды:

Пандемия және гендерлік зорлық-зомбылық:

Мақалада ...

1. ...COVID-19 пандемиясы мен гендерлік зорлық-зомбылық оқиғалары арасындағы байланыс көрсетілген бе?
2. ...COVID-19 пандемиясы күш көрсетудің себебі ретінде сипатталған ба?
3. ...Дүниежүзі бойынша статистикада гендерлік зорлық-зомбылық саны пандемия кезінде өсті деген сілтеме бар ма?
4. ...Елде пандемия кезіндегі және оған дейінгі гендерлік зорлық-зомбылық оқиғаларының санының қандай да бір айырмашылығы көрсетілген бе?

Тағы бір күш көрсету оқиғасы:

5. ...Оқиға гендерлік зорлық-зомбылық әлеуметтік проблемасымен байланыстырылған ба?
6. ...Гендерлік зорлық-зомбылық тек физикалық күш көрсету ракурсынан қаралған ба?

Әйелдің өзі кінәлі/жәбірленушіні кінәлау

7. ...Оқиға объектив; бейтарап; жәбірленушінің немесе құқықбұзушының тұрғысынан жазылған ба?

8. ...Жәбірленуші мен құқықбұзушының қарым-қатынасының тарихы жазылған ба?
9. ...Күш көрсетудің ақыл-ой ауруы, эмоциялық тұрақсыздық, алкоголизм сияқты себебі аталған ба?
10. Оқырмандар пікірінде «әйел өзі кінәлі» деп жазған ба?
11. Мақалада ақпараттың түпн ұсқасы мен жанама дереккөздері аталған ба?
12. Журналист дәстүрлі емес дереккөздерді (демалысқа шыққан саясаткердің, университет профессорының, жәбірленушінің/күш көрсетушінің мұғалімінің/жұмыс берушісінің пікірін) көрсеткен бе?
13. Журналист күш көрсету оқиғасына куәні(-лерді) тапқан ба?
14. Автор тергеу-зерттеу журналистикасы стилін қолданған ба? («Investigative journalism», 2020)³⁴

Танымал тұлға көтерсе/жаңалыққа жарамды болса ғана проблема

15. ...Осыған ұқсас тақырыптағы басқа мақалаларға қарағанда пікір саны мен оқылым саны көбірек пе?
16. ...Басқа елдердегі күш көрсету оқиғалары мен оның алдын алудың жолдары аталған ба?

Журналистің іс-әрекетке шақыруы

- 17....Жүйенің гендерлік зорлық-зомбылыққа қатысты іс-әрекетін жақсартудың жолдары аталған ба?
18. Журналист мақаланы жариялағаннан кейін жәбірленушінің жағдайын қадағалаған ба?
19. ...Оқырманға ой тастады ма?
20. ...Гендерлік зорлық-зомбылықта жәбірленушіге қандай да бір пайдалы мәлімет (кеңес, жедел желі контактілерін) берген бе?

Сараптаманы толықтыра түсу үшін мынадай сұрақтарды қостық:

21. Бұл оқиға кімді толғандыруы мүмкін?
 22. Бұл мәселеге кім үн қоса алады?
 23. Мақаланың мақсатын білдіретін негізгі сөйлем қайсы?
- Мәлімет жинаудың стандарт формасы төменде (1-кестені қараңыз).

³⁴ Тергеу-зерттеу журналистикасы – журналист үлкен қылмыс, саяси жемқорлық немесе корпоратив алаяқтық сияқты жалғыз тақырыпты тереңінен қазбайайтын журналистика формасы.

Нәтиже мен дискуссия

І. Дескриптивті сараптама

Жалпы дескриптивті сараптаманың іріктеу шарттары (1-қосымшаны қараңыз)

Дескриптивті сараптамада визуал элементтерге, оқылымына, контенті мен ауқым коэффициентіне, дереккөздердің ашық болуына, бейтараптығына, құрылымының үйлесімді болуына (кіріспе – негізгі бөлім – қорытынды), пікір мен сөз санына және оқылым санына (мүмкіндігінше) мән берілді.

Визуал көрініс. Үш елдің порталдарындағы материалдарға жасалған сараптама да визуал элементтердің бір-біріне ұқсас екенін көрсетті. Тұрмыстағы зорлық-зомбылық туралы мақалаларда интернеттен алынған стереотип суреттер бар.³⁵ Қазақстандағы мемлекеттік және жекеменшік жаңалық порталдарының екеуі де қанның, дененің зақымданған бөлігінің суреттерін қолданған, бұнысы сезімтал жандарға ауыр болуы мүмкін. Тұрмыстағы зорлық-зомбылық физикалық күш көрсетумен шектелмейтінін, оның қатарына «басқа адамға әсер ететін физикалық, сексуалдық, эмоциялық, экономикалық немесе психологиялық әрекет немесе әрекет жасаумен қорқыту» (Nations, 2020) да жататынын айта кеткен жөн.

Сараптама зорлық-зомбылықты тоқтата алатын және күш көрсетуден жәбірленгендерге күш беруші бола алатын мықты әйелдің суреті берілген мақала жоқтың қасы екенін көрсетті. Германияда жарияланған бір мақалада ғана күш көрсетуден жәбір көрсе де, оптимизмін сақтап қалған әйелдің суреті бар (Gewalt gegen Frauen: «Kein Zustand, den man Liebe nennen kann», 2020). Бұның өзі журналист материалды мәтінмен ғана емес, қосымша суретті қолданып та жеткізетінін көрсетіп отыр.

Журналистер мақаланың тақырыбы оқырманды қызықтыра алуы үшін, сондай-ақ көрілім жинау үшін мақаланы көруге итермелейтін, бірақ мәтіннің негізгі идеясымен үндеспейтін «тартымды» тақырып қоюға тырысады. Бұған мысал – Германияның жаңалық порталындағы «Corona keeps us trapped in hell» (Коронавирус бізді тозаққа тастады) немесе «Tied up» (Байланғандар) (“ZEIT ONLINE”, 2020). Ал Қазақстан журналистері мақаладағы басты сөйлемдердің бірін тақырып ретінде шығарады: «Карантинде Қазақстандағы тұрмыстық зорлық-зомбылық саны 20 пайызға артқан», «Алматы облысында полиция бір ананы қатігез күйеуінен құтқарып қалды» (қараңыз: Annex 1: Art. 5, Art. 1). Ашығында ұзақ/стандарт тақырып оқырманды мақаланы егжей-тегжейлі оқуға ынталандыра алмауы мүмкін, соның кесірінен оқылым санына кері әсер етуі мүмкін.

Оқылымы. Мақалада тілді қолданудың маңызы зор. Сараптама көрсеткендей, Қазақстандағы жекеменшік және мемлекеттік жаңалық порталдары мен оқылымы арасында тікелей байланыс бар, жекеменшік порталдардың оқылымы жоғары. Мақала қай тілде жазылса да, құрылымының үйлесімі оқылым санын арттырады. Осы логикаға сай тұжырым біздің үш елге жасаған сараптамамыздың бәрінде де іс жүзінде расталды.

³⁵ Бұрышта отырған әйел мен күш көрсетушінің жұдырығы немесе қолындағы белбеуі.

Сараптама ресми және ауызекі тілдер жаңалықты түсінуді қиындатып жіберетінін көрсетті. Мысалы, Tengrinews журналистері министрдің зорлық-зомбылықтың алдын алу жөніндегі мәлімдемесі туралы мақаласында ресми тілді кез келген оқырман түсіне алатындай етіп өзгертпеген. Соның кесірінен оқырманның мақаланың құқықтық аспектілерін түсінуіне, тақырыпқа терең бойлауына жол ашпаған: «мемлекеттік органдардың есеп беру өлшемдері [...] мен зорлық-зомбылықтың алдын алуға қатысты жұмысты нақты анықтайтын заң жобасы жасалды» (қараңыз: Annex 1: Art. 5).

Контенті мен ауқым коэффициенті. Бұл да алдыңғы санатқа жақын. Сараптама барысы оқырманға 1000 немесе одан да көп сөзден тұратын мақалалардың көбін түсіну қиынға соғатынын көрсеткен. 1471 сөзден тұратын румын сұхбатын оқырманның уақытын үнемдеу үшін қысқа видеомен немесе подкастпен алмастыруға болар еді. Мақаладағы негізгі ақпаратқа редактордың логикасы видеодағыдай әсер ете қоймайды (3-қосымша: 7-мақала). Дәл осы үрдісті Германияның «Zeit» сайтынан да байқауға болады. Ол сайтта 1000-нан көп сөзден тұратын эссе мен сұхбат жарияланған (2-қосымша: 5-мақала). Қазақстандағы жаңалық порталдарындағы әр мақаланың орташа сөз саны – 321, Германияда – 1451, Румынияда – 507 сөз.

Дереккөздердің ашық болуы. Авторлар гендерлік зорлық-зомбылық оқиғасы туралы статистикалық мәліметтерге, саясаткерлердің дәйексөздеріне, іріктеп алынған мақалалардағы полицияның есептеріне талдау жүргізген. Мақаладағы сілтемені басқан оқырман түпнұсқа ақпаратқа қаншалықты қол жеткізе алатынын тексерген. Талдау барысында Германиядағы мақалалардың бәрінде дереккөз ашық болғанын айта кеткен жөн. Ал Қазақстандағы мақалалардың 70 пайызында мәліметтің рас екенін дәлелдеу үшін гипербайланыс жасалмайтыны, яғни сілтеме берілмейтіні байқалған.

Бейтараптығы. Медиа қоғам қатынастарындағы негізгі құралдың бірі екенін және пікір қалыптастырушы рөліне ие екенін ескерсек, медианың позициясы айқын әрі берік болуы керек. Сондықтан журналист мәтінде күш көрсетуші мен жәбірленушіні бірдей орынға қойып, гендерлік зорлық-зомбылыққа бейтарап қарауы керек пе, әлде зорлық-зомбылықтың алдын алу үшін жәбірленушіге бүйрегі бұрып тұруы керек пе деген де сұрақ бар.

Біз талдау жасаған неміс тіліндегі 8 мақаланың біреуі жәбірленушіні қолдаған, қалғандары бейтарап ұстанымда болып, оқиғаға басқаша көзқараспен қараған. Ал Румынияның жаңалық веб-сайттарынан алынған 8 мақаланың барлығы да жәбірленушіні қолдаған. Румынияның «Digi24» сайтының мақаласы оқырманды жәбірленушінің немесе күш көрсету оқиғасының күәсінің орнына қоя отырып, «сіз» деген сөзді қосып жазған, мысалы, «егер сіз біреуге қауіп төніп тұрғанын байқасаңыз» (Annex 3: Art. 5). Қазақстандағы 10 жаңалық веб-сайтына жасалған дескриптивті сараптама мақалаларда бейтараптық сақталмағанын көрсеткен. Оған қоса, журналист тек жәбірленуші әйелдің сөзіне ғана сүйенген.

Құрылымының үйлесімі. Mediafax.ro мақаласын құрылым үйлесімінің мысалы ретінде атауға болады. Бұл мақалада әңгіме желісі жалпы бағыттан нақты тармақтарға ауысып отырған. Біріншіден, журналыз «мұндай жағдайда әйел жалғыз болмайды» деп қыз-келіншектер аудиториясына қолдау сөзін жолдаған, сосын осы оқиғаға алаңдап отырған сұхбат берушімен диалогын жеткізген (Annex 3: Art.2).

Құрылымының үйлесімі тұрғысынан қарасақ, Қазақстандағы мақалалар мен шетелдік мақалалардың айырмашылығы көп. Зерттеу-тергеу журналистикасының талаптарына сай келмейтін материал оқырманның назарын аударуға қауқарсыз, оқырманды баурай алмайтын, ой тастай алмайтын нашар кіріспеден басталады. Әлеуметтік маңызы бар оқиға жайлы, бірақ оқылымы аз, журналистік стилі нашар, полиция есебіне ұқсап кеткен 2-мақалаға назар аударайық: «[...] 27 сәуірде Келес аудандық полиция бөлімшесіне аудандық полиция инспекторынан қызметтік хабарлама түсті» (1-қосымша, 2-мақаланы қараңыз).

Пікір, сөз және көрілім саны. Пікір санын зерттеу қиын, себебі кей веб-сайттарда қазақ мақалаларының 40 пайызына, неміс мақалаларының 50% және румын мақалаларының 10 пайызына ғана пікір жазылған. Кей сайт оқырман пікірді оқу үшін немесе пікір жазу үшін тіркелуін талап етеді. Дегенмен жаңалық порталының әлеуметтік медиадағы парақшасына алуантүрлі пікірлер жазылып жатады. Instagram мен Facebook желілеріне тіркелген оқырман пікірін еш қиындықсыз жаза алады. Ал кей медиапорталда кез келген адам пікір жаза алады. Пікір бөліміне ойын білдіру жағынан неміс оқырмандары – ең белсендісі. Мысалы, Zeit сайтының бір мақаласына 137 пікір жазылған. Солардың бірі: «Мақаланың құрылымы тақырыпқа сай құрылмаған деп санаймын. Автор материалды «анализ» деп атап, (коронавирус кезінде) «тұрмыстық зорлық-зомбылықтың артуы» деген тақырып қойыпты. Ал мақалада жәбірленушілер – әйелдер мен балалар ғана, ал ер адамдар – қылмыскер. Меніңше, бұл анализ емес». Оқырман автордың стереотип көзқарасын талқылап, сынап жатады, орынды сұрақ қойып, кейде тіпті өз бетінше ізденіп, статистиканы көрсету үшін есептен, мақаладан үзінді келтіріп жатады.

Сөз саны мен жоғарыда аталған санаттар – контент пен ауқым коэффициенті өзара тығыз байланысты. Іріктеу шарты мақалада сөз неғұрлым көп болса, аудиториясын жоғалту ықтималдығы да соғұрлым жоғары болатынын көрсетті. Өкінішке қарай, бұрын-соңды уақыт дәл қазіргідей қымбат болған емес. Мақалада сөз, оның ішінде қыстырма сөз тым көп болмауы керек; әрбір сөйлем жеңіл және ақпаратқа толы болуға тиіс.

Көрілім саны – жаңалық порталы оқырманға қаншалықты қызық екенінің көрсеткіші. Веб-сайттардың көбі көрілім санын жасырын ұстайды, бірақ біздің сараптамамыздың мақсаты басқа болғандықтан, бұл санаттың маңызы онша жоғары емес.

II. Медиаматериалдың жалпы сапасы

1-кесте: Елдегі барлық мақалалардың жалпы сапасы

	Қазақстан	Германия	Румыния	Барлығы
Мақала саны	10 (5/5 орыс/қаз.)	8	8	26
Пандемия және гендерлік зорлық-зомбылық				
COVID-19 пандемиясына қатысы	30%	63%	87%	54%
COVID-19 себеп ретінде	40%	63%	63%	50%
Гендерлік зорлық-зомбылық туралы әлемдік статистика	0%	38%	38%	21%
Дейінгі/кейінгі гендерлік зорлық-зомбылық статистикасы	30%	75%	50%	46%
Тағы бір күш көрсету оқиғасы ғана				
Ауқымды әлеуметтік проблема	50%	87%	75%	64%
Физикалық күш көрсету ракурсы ғана	30%	0%	25%	18%
Әйелдің өзі кінәлі/Жапа шегушіні айыптау				
Объективті бейнелеу	30%	50%	38%	36%
Қарым-қатынас тарихы	30%	25%	13%	21%
Жәбірлеушінің психологиялық проблемалары	40%	50%	13%	32%
Комментарийлер: жапа шегушіні айыптау	30%*	0%*	0%*	11%*
Көздер: біріншілік/екіншілік	70%*	100%	87%	79%*
Көздер: дәстүрлі емес	20%	87%	25%	39%
Күш көрсету оқиғасына күә	0%	25%	13%	11%
Тергеу-зерттеу журналистикасы	10%	100%	50%	43%
Жаңалыққа шығаруға жарамды болғанда ғана проблема				
Көбірек көрілім	40%*	38%*	38%*	36%*
Өзге елдер	10%	13%	50%	21%

	Қазақстан	Германия	Румыния	Барлығы
Журналистің әрекетке шақыруы				
Жүйенің жақсаруы	50%	75%	87%	64%
Өрбу	20%	13%	0%	11%
Ойға тамызық	30%	75%	87%	57%
Жариялау себебі	60%	100%	87%	75%
Жапа шегушіге пайдалы кеңес	10%	75%	50%	43%

Пандемия және гендерлік зорлық-зомбылық

Авторлар әлемдегі пандемия мен іріктеп алған мақалалардағы гендерлік зорлық-зомбылықтың арасында тікелей байланыс бар екенін анықтаған. Румыния мен Германия мақалаларында жоғарыда аталған төрт сұрақтың үлесі жоғары болған, әсіресе «әлемдегі гендерлік зорлық-зомбылықтың статистикасын» қосу бойынша кемшіліктер айырықша байқалды. Талдау жүргізілген қазақстандық 10 мақаланың ешбірінде әлемдік статистика көрсетілмеген.

Мақалалардың тақырыбында «оқшаулану», «карантин», «коронавирус дағдарысы», «коронавирус» сөздері қолданылғанын айта кеткен жөн. Дегенмен мақаланың тақырыбы оқырманды жаңылыстыруы мүмкін. Неміс сайттарынан алынған 5 мақала COVID-19 пандемиясына қатысты болса да, екеуінің ғана тақырыбында коронавирусқа қатысты сөз бар; бұл үрдіс Қазақстан мен Румыния мақалаларында да байқалған.

Тағы бір күш көрсету оқиғасы ғана

Бұл бөлім гендерлік зорлық-зомбылықты қылмыс оқиғасы ретінде ғана көрсетіп, осы әлеуметтік проблеманың ауқымын тиісті деңгейде ашып көрсетпеген мақалаларға арналады. Сараптама көрсетіп отырғандай, мақалалардың 60 пайыздан астамы гендерлік зорлық-зомбылықтың әлеуметтік қырын көрсете алған. Іріктеп алынған мақалалардың 18 пайызы ғана физикалық күш көрсетуге баса мән берген. Бұл санатты мына мысалдан жақсы байқаймыз: «Таңғы 9.40-та аудан көшелерінің бірінде белгісіз бір әйелдің жарақат алғаны хабарланды. Полиция құқықбұзушыны іздестіруде. Айғақ зат ретінде балта алынған» (1-қосымша, 7-мақаланы қараңыз). Әдетте мұндай мақала өте қысқа болып келеді (жоғарыдағы оқиға 218 сөзбен жазылған) және тек жергілікті полицияның баянатымен шектеледі.

Тұрмыстық зорлық-зомбылықты эпизод шеңберіне сыйғызу проблемасын ғалымдар көп зерттеген (Bullock & Cubert, 2020; Lee & Wong, 2019). Авторлар тұрмыстағы зорлық-зомбылықты «тағы бір қылмыс» ретінде көрсеткен кезде, оқырман зорлық-зомбылықтың себебі жайында, ұзақмерзімді салдары мен әлеуметтік құбылыс ретіндегі көпфакторлы қырлары туралы мәлімет ала алмайды деген ойды қолдап отыр (Chermak & Chapman, 2007; McManus & Dorfman, 2002; Meyer & Post, 2013).

Әйелдің өзі кінәлі/жәбірленушіні кінәлау

Үш елде де қадағалаушы журналистика «барлық ықтимал тараптарды» тарту, яғни күш көрсету оқиғасына тікелей немесе жанама қатысы бар адамдардың бәрінің пікірлерін жеткізіп, оқиғаны объектив түрде сипаттауға ұмтыла алады. Сараптама барысы іріктеп алынған материалдардың 36 пайызының ғана жәбірленушіден басқа да кейіпкері бар екенін көрсетіп отыр. Сол сияқты, отбасындағы күш көрсету оқиғасы жайындағы материалдардың 21 пайызында ғана отбасынан тысқары жатқан себеп аталған. Сараптама көрсеткендей, журнаистер мақала жазуда көп іздене бермейді. Сондай-ақ Қазақстан оқырмандары «әйелдің өзі кінәлі» деген пікір жазуда румын мен неміс оқырмандарынан алда екенін айта кеткен жөн.

Танымал тұлға көтерсе ғана/жаңалыққа жарамды болғанда ғана проблема

Жаңалыққа жарамды деген тым субъектив ұғымды жан-жақты ракурстан қарастыруға болады. Солардың бірі – осы тақырыпты көтерген тұлғаның беделі. Қазақстан мен Румыния мақалаларына жасалған сараптамада танымал тұлғалар әлеуметтік медида жариялаған кезде ғана жаңалыққа жарамды болғаны жайлы 6 оқиға (2 румын және 4 қазақ) табылған.

Сараптама барысында анықталған тағы бір ракурс – «шын болуы ықтималдығы аз оқиғаны... жаңалық ретінде хабарлау ықтималдығы жоғары» болады деген парадокс (Washington Post, 2020).

Мақалалардың 64 пайызының оқылым саны көрінбеген, сондықтан 36 пайызы туралы ғана мәлімет ала алдық. Осы себепті мәселені ықпалды тұлға көтерген кезде ғана жаңалыққа жарамды болуын анықтау қиынға соқты.

Журналистің іс-әрекетке шақыруы

Бұл бөлім халық қатты стреске түскен локдаун кезі үшін айырықша маңызды. Бұл бөлімде журналистің іс-әрекетке шақырғанын немесе материалдың оқырманға қандай да бір нәрсені тоқтатуға/өзгертуге шабыт бергеніне талдау жасаймыз.

Белгілі болған жалпы байланысы: кең ауқым/контент коэффициентінің іс-әрекетке шақыруымен оң байланысы бар. Келесі бір маңызды элементі – мақаланың оқылым санының көп болуы мен визуал элементтері, бұл әсіресе тұрмыстық зорлық-зомбылықтан жәбірленушілерге пайдалы ақпаратқа қатысты. Неміс және румын мақалаларында жәбірленушілерге арналған жедел желі телефондарының нөмірі көрсетілген, оқырман оны алғашқы секундтарда-ақ байқайды. Мысалы, зорлық-зомбылық куәсіне бағытталған жодауда былай делінген: «Сіз {тұрмыстық зорлық-зомбылық куәсі} оны {жәбірленушіні} қолдайтыныңызды білдіргеніңіздің маңызы зор. Сонда сіз {куә} оған нақты не көмек керек екенін және не көмек бере алатыныңызды бірге ойластыра аласыз». Жедел желі нөмірі көрнекі жазылып тұрғандықтан, бұл жолдау зорлық-зомбылықтың жәбірленушісі мен куәнің әрекет етуіне, күш көрсетушінің іс-әрекетіне шағым түсіруіне түрткі болады (2-қосымша, 7-мақала).

Іс-әрекетке шақырудың келесі бір мысалы саясаткерлерге қатысты. Германия мен Румыниядағы мемлекеттік емес ұйымның өкілінен сұхбат алған мақалалардың құрылымы осыған ұқсас болған: «Әйелдердің уақытша тұратын орнының жағдайын жақсарту тақырыбына тыйым салуға болмайды және дағдарыс орталықтарындағы мобайл және цифрлы қызметтерді көбейту керек» (2-қосымша, 2-мақала; 3-қосымша, 2-мақала). Мемлекеттік емес ұйым өкілдерімен сұхбат мақалаларынан әдетте дағдарыс орталықтарының контактісін табуға болады, ал оны оқырман көретіндей етіп қою – журналистің қолынан келетін іс.

Салыстырмалы талдау:

Қазақстан мен Германияның жаңалық мақалаларына сараптама

Германияның медиажүйесі Қазақстандағыдай емес екені зерттеудің басында-ақ белгілі болған: Германияда мемлекеттік жаңалық порталы жоқ.³⁶ Онысы оқырманға пайдалы ма? Зерттеу нәтижесі неміс журналистерінің 100% зерттеу-тергеу журналистикасымен айналысатынын көрсеткен, ал қазақ журналистерінің 10% ғана тақырыпқа тереңірек бойлайды.

**Жедел желі контактілері
мен дағдарыс орталықтары
жөніндегі дерек көрсетілуі:**



75 %



10%

Зерттеу-тергеу журналистикасы



100%



10%

³⁶ Арнайы салық жүйесі бойынша газет пен радио медиа салық есебінен қаржыландырылады. Сондықтан газеттер үкімет қаржысына тәуелді емес.

Тағы бір қыры – мақалада жәбірленушіге пайдалы ақпарат пен нұсқаулықтың көрсетілуі. Неміс мақалаларының 75 пайызында жедел желі контактілері көрсетілген, ал қазақ мақалаларының 10 пайызында ғана дағдарыс орталықтары жөніндегі дерек жазылған. Гендерлік зорлық-зомбылық туралы мақаланы оқыған оқырман күш көрсетуден жәбір көрген болуы немесе осындай оқиғаға куә болуы мүмкін екені белгілі. Сондықтан контактіні көрсетудің қоғамға пайдасы мол. Мақалалардың бірінде Германияда ер мен әйел жәбірленушілерге арналған жедел желілер 24/7 режимде 18 тілде жұмыс істейтіні жазылған (2-қосымша, 7-мақала).

Қазақстандағы мақалалардың көбінің стилі – баяндау тәсілі: «журналист объектив түрдегі баяндаудан гөрі, әңгіме стиліндегі жаңалық материалын көбірек жазады», баяндау стилін қолданудағы мақсаты – аудиторияның назарын ұстап отыру» («Is Journalism Storytelling?», 2020). Жаңалықтардағы негатив сөздер мен суреттерді зерттеген кезде негатив контент оқырманды көбірек тарта алатыны байқалған (Trussler & Soroka, 2014). Өлім аузындағы әйелдің суреті басылған «әңгімені» оқыған оқырман эмоциялық толғанысқа түседі.

Ал неміс журналистері оқырманды қорқытуды емес, тақырыпты сараптауды, пайдалы ақпарат беруді көздейді. Мысалы, «Құқықбұзушыға бойындағы дөрекілігін жеңуге көмектесетін жақсы бағдарлама бар... Ұзақмерзімді мақсат – балаларға жақсы болатын шешім табу» (2-қосымша, 2-мақала).

Қазақ және румын жаңалық мақалаларына талдау

Алдымен екі елде де сөз бостандығы коммунистік жүйе ыдырағаннан кейін ғана пайда болғанын айта кеткен жөн. Дегенмен сараптама Қазақстан мен Румыниядағы журналистика деңгейінде үлкен айырмашылық бар екенін көрсетті.

Зерттеу басында веб-сайттарға мониторинг жасау барысы румын мақалаларында гендерлік зорлық-зомбылық туралы баяндау форматы жоқ екенін көрсетті (8 мақаланың біреуі ғана). Ал қазақстандық медиапорталдардағы 10 мақаланың алтауы зорлық-зомбылық туралы.

Осы екі іріктеу шарты Қазақстан журналистерінің мақала жазу барысында зерттеу жүргізуге ынтасы төмен екенін көрсетті. Румыниялық Digi24 жаңалық порталы гендерлік зорлық-зомбылық туралы кең көлемде жазса (дағдарыс орталығының жоқтығы туралы т.б.), Tengrinews мақаласындағы осыған ұқсас мақала толықтай дерлік БҰҰ халықтың қоныстануы қоры (UNFPA) баспасөз релизінен тұрады (1-қосымша, 1-мақала).

Румыниядағы қоғамдық және жеке дереккөздер гендерлік зорлық-зомбылыққа қатысты халықаралық тәжірибеге (Италияның, Бельгияның) айырықша көңіл бөлсе, қазақстандық дереккөздерден бұл байқалмады. Қазақстандық БАҚ-тың 10 мақаласының бірінде Грузияның озық тәжірибесі туралы айтылған.

Ұсыныстар және озық тәжірибе

Қазақстанның алар сабағы мен ұсыныстар

Авторлар Қазақ медиасындағы әйелге қатысты зорлық-зомбылық туралы мәлімет берудің ерекшеліктерін көрсетті. Бірінші ерекшелігі – «тең қолданылатын» билингвал (қазақ тілі және орыс тілі) жүйедегі жаңалық материалдарының «әр тілдегі» нұсқалары. Бір оқиға екі тілде екі түрлі жазылуы мүмкін. «4-мақала_KZ» қазақ тілді нұсқасы түпнұсқадан өзгеше екенін көрсетіп отыр, сондықтан қазақтілді журналистерге мәліметті қазақ және орыстілді аудиторияның екеуіне де бір тәсілмен беруді ұсынамыз (4-қосымшаны қараңыз).

Екінші іріктеу шарты бойынша, Қазақстанда онлайн-жаңалықтар тергеуші-зерттеуші журналистикасының деңгейі өте төмен екенін көрсетіп отыр. Талдау жүргізілген мақалалардың көбі баспасөз релизінен (1-мақала), эксперттің дәйексөзінен (10-мақала), полицияның есебінен (2,4-мақалалар), әлеуметтік медиадағы посттан (2,4,9-мақалалар), үкімет хабарламаларынан (5,6-мақала) көшіріп алынған, сондықтан «төртінші билік» өкілдері фактілермен жұмысты мұқият жүргізуі керек. Қадағалаушы журналистика қалыптаспаған, сондықтан ақпараттың нанымдылығын, яғни белсенді гиперлинкті, дереккөзді тексеру керек. Қазақстан оқылым бойынша осы үш елдің алдында тұр, сондықтан бұның маңызы айырықша зор (1-кестені қараңыз). Тағы бір мысал – тұрмыстық зорлық-зомбылық оқиғаларының өсуінің пайыздық көрсеткіші бұлыңғыр болып, 5 күн ішіндегі статистика екі түрлі болған (1-қосымша: 5,6-мақалалар). Осы орайда мемлекеттік және жекеменшік медиаұйымдардың бәрінің дерегі ұқсас болғанын, яғни мұндай қатені түзеу керек екенін айта кеткен жөн.

Журналист мәліметінің жеткізуін жақсартуы керек. Яғни түпнұсқа және жанама дереккөздерден алған мәліметті «редактордың логикасына» сай құру керек екенін Германия мен Румыния тәжірибесі көрсетіп отыр (Marinescu, 2020). Пандемия кезіндегі тұрмыстық зорлық-зомбылық оқиғалары туралы жаңалықты сан түрлі аудитория оқиды; халықтың барлық топтарының тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы білімін арттыру науқанын өткізу керек. Осы тұрғыдан алғанда, саяси терминді, «көше» тілін қолдану дұрыс емес; журналист халықтың бәріне түсінікті тілде жазуға тиіс.

Анықтап алатын тағы бір пункт – фрейминг. Тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы халықтың білімін арттыру үшін журналист осы мәселені дұрыс фреймдей алуы керек, қазақстандық іріктеп алынған материалдардың басым бөлігі гендерлік зорлық-зомбылық жөнінде жаңа мәлімет бермеді де, осы әлеуметтік проблеманың маңызын ашып көрсетпеді. «Пышақ ала жүгірген бұрынғы күйеуінің соққысынан қазақ әйел әрең аман қалды» (3-мақала) немесе «Әйелін балталап өлтірген адам 11 жылға бас бостандығынан айырылды» (7-мақала) сияқты мәлімдемелер қазақ оқырманының осы мәселеге қатысты білімін арттыра алмайды, қайта осы тақырыптан бездіріп жебіреді (1-қосымша). Жәбірленушінің болашақта қауіпсіз әрі жайлы өмір сүру ықтималдығын көрсету үшін әйелдердің әлеуметтік проблемасы позитив, ынталандыру мәнерінде жазылуға тиіс. Ол Қазақстандағы қадағалаушы журналистиканың жаңарған ұстанымы, дағдарыс орталықтарының суреттері, күш көрсетушімен қарым-қатынасын бұзған әйел, салауатты өмір салтын ұстанған келіншек туралы жасампаз хикаялар түрінде болуы мүмкін.

Үш елде де осы әлеуметтік проблема масштабы тарих тұрғысынан қарастырылмаған. Қоғамның гендерлік зорлық-зомбылық туралы не білетінін де, оба, шешек эпидемиясы кезіндегі гендерлік зорлық-зомбылық туралы да осы елдердегі ешбір медиа зерттемеген. Биылғы және былтырғы гендерлік зорлық-зомбылық статистикасының салыстырмалы динамикасын да көрсетпеген. Сондықтан қазақстандық медиада таным бағытына көбірек мән беру керек.

Журналист этикасы

Осы зерттеу жұмысы қазақстандық журналистика этикасының негізгі элементі оқырманға құрмет болуы керек екенін көрсетті. Журналистің аудиторияға құрметі хабар таратудың жоғары сапасын, яғни дереккөздің сенімді, аударманың дұрыс, сілтеменің шын, суреттің орынды, «саны емес, сапасы жоғары болуы» қағидасын ұстануынан (тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы мақала жариялаудан Қазақстан Германия мен Румынияның алдында келеді) және мақалада жан-жақты пікір беруінен білінеді. Үш елдегі ең төменгі көрсеткіштің бірі – «күш көрсетудің куәсі» туралы жазу екенін атап айтқан жөн (1-кестені қараңыз). Яғни талдау жасалған мақалалардың көбінде әрекет етуге шақыруы керек басты тұлғаның, яғни күш көрсетудің куәсінің пікірі жоқ. Энн Ферт Меррейдің пікірінше, отбасындағы зорлық-зомбылықтың басты себебі – «медиаға күнара шығып жататын [...] зорлық-зомбылықтың алдын алу немесе тоқтату жолындағы [...] қоғамның, куәлердің әрекетсіздігі» (Murphy & Farmer, 2020).

Осылайша зерттеу жұмысы барысында бейтараптыққа қатысты журналист объективті болып, жәбірленушіге бейтарап қарауы керек пе, әлде бір тарапты қолдап, біржақты материал жазуы керек пе деген этикалық дилемма туды. Хантердің айтуынша, «объективті журналистика қағидасымен тәрбиеленген журналистердің негізгі қателігі [...] – дереккөзден алған ақпаратқа ғана құлақ асып, эмоциясына мән бермеуі» (Hunter, 2011).

«Бейтарап немесе сезімтал» журналистік стильге себеп болатын фактор көп; бастысы – мақаланың мақсаты. Мақаланың мақсаты Қазақстандағы проблеманы көтеріп, халық назарына ұсыну болса, мақалада тұрмыстық зорлық-зомбылық санының артуы сияқты ауқымды әлеуметтік мәселеге көбірек көңіл аударылуға тиіс. Ал, іс жүзінде, талдау жасалған қазақстандық мақалалардың жартысы, әсіресе баяндау форматында жазылған мақалалар зорлық-зомбылық оқиғасының өзіне ғана мән берген (1-кесте). Челси Ли мен Дженнифер С.Уонг та зерттеуінде осыған ұқсас қорытындыға келген (Lee & Wong, 2019).

Зорлық-зомбылық жағдайын жариялап, қоғамда бар екенін көрсетуге келгенде, сезімтал журналистика аудиторияның жәбірленуші күйін сезінуге жетелейді. Дегенмен мән-жайды тек жәбірленуші тұрғысынан емес, жан-жақты зерттеу керек. Осылайша қазақстандық медианың этика деңгейі аудитория мен жәбірленушіге құрметке сай жақсаруы керек: дереккөздің сенімді болуын, жәбірленушінің жеке басының құпиясын сақтауды және репортаждың басты мақсатын айқындап алуды жетілдіру керек, себебі талдау жасалған қазақстандық мақалалардың 30 пайызы ғана ой тастай алады (1-кестені қараңыз).

Озық тәжірибе: гендерлік зорлық-зомбылықпен күресте медианың позитив рөлін жетілдіру

Бұған дейін белгілі болғандай, ғалымдар оқырманның тұрмыстық зорлық-зомбылықты түсінуін фреймдеуде медиа басты рөлге ие екенін айтып отыр. Жаңалық материалдарының көбінде гендерлік зорлық-зомбылық «тағы бір қылмыс» ретінде фреймделіп, атүсті ғана жазылады. Еуропа кеңесі ратификациялаған Стамбул конвенциясы осының алдын алу үшін медиа өкілдеріне, үкімет пен жеке секторға нұсқаулық шығарған (Meyersfeld, 2012).

Стамбул конвенциясы тепе-теңдікке, медиаматериалдың екі жақтыңда пікірінін жеткізуіне, тетіктерді бағалау мен қадағалауға, медиасауаттылық науқандары мен журналистерге тренинг өткізуге айрықша мән берген (Morbeck, 2016). Саясаткерлердің әрекет тізімін жасақтауға, Қазақстанда сенсация құмайтын және стереотиптен тыс журналистика ережесін қалыптастыру үшін бұл тізімді ұлғайтуға да болады. Бұл орайда үкіметтің медиаға үстемдігінің рөлі оң болуы мүмкін.

Қазақстандағы медиа өкілдеріне Халықаралық журналистика федерациясының «Әйелдерге қатысты зорлық-зомбылық туралы хабар жазу нұсқаулықтарын» (IFJ, 2011) қолдануды ұсынамыз. Бұл нұсқаулықта тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы жазған кезде сынап-мінеу тілін қолдану мәселесіне ғана емес, сондай-ақ құпиялық, статистика мен түпнұсқа мәліметті қолдану, мәдени тұрғыдан сенімсіз жайттар мен қайғылы эпизод оқиғасын емес, шешімін таппай келген әлеуметтік мәселе туралы журналистік материал жазу жайлы да айтылған.

Озық тәжірибенің тағы бір элементі – үкіметтің, медиа мен жеке сектордың бірлесіп жұмыс істеуі. Бұл жұмысқа мейілінше көп тараптың қатысуы гендерлік зорлық-зомбылық туралы стереотипті материал жазуда қолдануға қарсы жауап болмақ. Аталған құжатта жазылғандай, тұрмыстық зорлық-зомбылықтың еңбекке жарамсыз болумен байланысты еңбек өнімділігінің төмендеуі сияқты экономикалық зардабы жәбірленуші үшін ғана емес, жеке сектор үшін де жоғары. Сондықтан бірлесіп жұмыс істеу үшін қажет. Мысалы, Португалияның медиакомпаниясы жергілікті Еңбек комиссиясымен бірігіп, өз мамандарын гендерлік теңдік, бейсексист тілді қолдануға, гендерлік зорлық-зомбылық пен адам өлімі т.б. туралы жазуға үйреткен (European Institute for Gender Equality, 2014).

Біз ұсынатын соңғы озық тәжірибе – көптарапты ұйымдармен бірлесіп жұмыс істеу. Қазақстан БҰҰ, БҰҰ Әйелдер ұйымы, ЕҚЫҰ, ДИАҚБ және ДСҰ ұйымдарымен ынтымағын арттыра алады. Алғашқы карантиннен кейінгі айларда ДИАҚБ нұсқаулық кітабы («Preventing and Addressing Sexual and Gender-based Violence in Places of Deprivation of Liberty: Standards, Approaches and Examples from the OSCE Region», 2020) сияқты практикалық нұсқаулықтарды (көбі орыс тіліне аударылған) қолдануға көмектесу барысында халықаралық ұйымдар озық тәжірибесін ортаға салған. ЕҚЫҰ мен басқа да ұйымдар әйелдерге уақытша тұратын жер туралы жария ақпарат тарата отырып, осы құбылысқа назар аударуды және пандемия кезінде жәбірленушілерге дәріхана сияқты керек нәрселердің ашық болуы арқылы тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы хабар беру мүмкіндігінің болуы маңызды екенін растап отыр («Protection from domestic violence urgently needed for women and children under stay-at-home orders, say OSCE officials», 2020; Womenplatform, 2020; WHO and London School of Hygiene and Tropical Medicine).

Осы нұсқаулықтар мен ұсыныстар зерттеушілердің «қолында» қалып қоюы мүмкін, дегенмен саясаткерлер Қазақстандағы медиа өкілдерімен бірлесе отырып, бәрін өзгерте алады.

Қорытынды

Карантин кезеңінде гендерлік ахуалдың нашарлағаны, соның ішінде әйелдерге қатысты зорлық-зомбылықтың саны өскені айқын көрінді. Жаһандық дағдарыс кезінде тұрмыстық зорлық-зомбылыққа мемлекеттік деңгейде назар аударса ғана осы мәселенің алдын алу мүмкін екені белгілі болды. Ол үшін осы келеңсіз құбылысты ең алдымен медиа зерттеуге тиіс.

Зерттеу сараптамасы сүйенген екі іріктеу шарты мен дескриптивті талдау барысында қазақ, неміс және румын жаңалықтар веб-сайттарынан осы тақырыпқа қатысты материалдарды іріктеп алып, «Нәтиже» бөлімінде аталған мәліметтерді алдық.

Қазақстандағы жаңалық сайттары міндетті түрде ұстанымын жақсартуы керек және медиаөнім шығарушылар тұрмыстағы зорлық-зомбылық туралы материалды жазу тәсілін жетілдіруге тиіс. Германия мен Румынияның тәжірибесімен салыстыру – қазақстандық «төртінші биліктің» тұрмыстағы зорлық-зомбылық тақырыбына жауапкершілікпен көңіл бөлуіне және оның алдын алуда медиатор бола алатынына тамаша мысал.

Осы қорытындыға сүйене отырып, медиа тұрмыстағы зорлық-зомбылықты әлеуметтік мәселе ретінде көрсету, сынап-мінеусіз тілді қолдану, сенімді мәлімет беру, тұрмыстағы зорлық-зомбылықтың себептері туралы жазу, мәдени тұрғыдан сезімтал жайттарды қаперде ұстау және әр мақаламен бүкіл қоғамға пайда тигізудің жолын іздеу арқылы зорлық-зомбылықпен күреске елеулі үлес қосады деген тұжырым жасалды. Карантин кезеңі осы бір ушыққан әлеуметтік мәселенің бетін ашты, ал тұрмыстық зорлық-зомбылықтың карантиннен кейін тоқтайтынына кепіл жоқ.

Дескриптивті талдау және Сандхия Кажепита мен оның әріптестері жасаған үлгімен жасақталған мәліметті абстракциялаудың формасы болашақ зерттеу жұмыстарына жол салды, бірқатар тың мәлімет берді және мына жайттарды растады: қазақстандық жаңалық порталдарының тұрмыстық зорлық-зомбылық мәселесін көтерудегі рөлі қарқынды өсуі керек, ал медиаұйымдар зерттеу-тергеу журналистикасының жоғары сапалы стандартына зәру болып отыр. Дереккөздің сенімді болуы, мақаланың құрылымының дұрыс болуы, тілінің сыпайы болуы, оқиғаны жан-жақты ракурстан талдау, егжей-тегжейлі мәлімет жинау сияқты ұғымдар қазақстандық журналистердің назарында болуы керек.

Пандемия өткеннен кейін де гендерлік зорлық-зомбылық мәселесі қоғамда күн тәртібінде қалуға тиіс. Қазақстан халқының тұрмыстық зорлық-зомбылық туралы білімінің төмен болуы балаларға, мүмкіндігі шектеулі адамдарға, азшылық топтар мен басқа да маргинал топтарға қатысты зорлық-зомбылықтың еленбеуіне әкеліп соғуы мүмкін.

Қазақ қоғамындағы әйелдің рөліне қатысты патриархалдық көзқарас пен стереотип мәдениет қазақстандық медианың басым бағытына әсер еткен болуы мүмкін. Қазақ баспасөзінің гендерлік зорлық-зомбылыққа қатысты ұстанымы дәстүр мәдениетінің айнасы болып отыр.

Президент Қ. Тоқаев жыл сайынғы жолдауында тұрмыстық зорлық-зомбылыққа назар аударатынына қарамастан, 2017 жылғы тұрмыстық зорлық-зомбылықты декриминализациялау әлі күшінде («President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019 — Official site of the President of the Republic of Kazakhstan», 2020; Круглова, 2020). Қайткен күнде де күш көрсетушіге жазаны қатаңдандыру тұрмыстық зорлық-зомбылықтың санын азайта алмайды. Азайту үшін Қазақстандағы мүдделі тараптардың бәрі стратегиялық ақпарат науқаны мен сауат ашу процесіне атсалысуы керек. Сол тараптардың бірі қазақстандық медиа болуға тиіс.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. #protejațifemeile | Chinul victimelor care stau în izolare alături de agresor. Alexandra Stan: „Să plece el, pentru că el perturbă liniștea și pacea familiei”. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/social/protejatifemeile-chinul-victimelor-care-stau-in-izolare-alaturi-de-agresor-alexandra-stan-sa-plece-el-pentru-ca-el-perturba-linistea-si-pacea-familiei-19035220>.
2. Acasă, în vremea pandemiei, nu e mereu sigur. Soluții pentru victimele violenței domestice. Digi24.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.digi24.ro/opinii/acasa-in-vremea-pandemiei-nu-e-mereu-sigur-solutii-pentru-victimele-violentei-1293514>.
3. Andrews, T. (2012). What is social constructionism? Grounded Theory Review. Retrieved 14 November 2020, from https://www.researchgate.net/publication/235102122_What_is_Social_Constructionism/citation/download.
4. Bennett, D. (2018). Academic writing at the Nova University. Lecture, Lisbon.
5. Bullock, C., & Cubert, J. (2020). Coverage of Domestic Violence Fatalities by Newspapers in Washington State. DigitalCommons@USU. Retrieved 14 November 2020, from https://digitalcommons.usu.edu/journalism_facpub/9/.
6. Carlyle, K., Scarduzio, J., & Slater, M. (2014). Media Portrayals of Female Perpetrators of Intimate Partner Violence. Journal Of Interpersonal Violence, 29(13), 2394-2417. <https://doi.org/10.1177/0886260513520231>
7. Chermak, S., & Chapman, N. (2007). Predicting crime story salience: A replication. Journal Of Criminal Justice, 35(4), 351-363. <https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2007.05.001>
8. Coronavirus: Șeful ONU avertizează împotriva violenței domestice pe fondul crizei. Agerpres.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.agerpres.ro/politica-externa/2020/04/06/coronavirus-seful-onu-avertizeaza-impotriva-violentei-domestice-pe-fondul-crizei--481405>.
9. Doi tulcenii au dosare penale pentru fapte de violență domestică după ce și-au lovit soțiile. Stiri pe surse. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.stiripesurse.ro/doi-tulcenii-au-dosare-penale-pentru-fapte-de-violenta-domestica-dupa-ce-si-au-lovit-sotiile_1503028.html.
10. European Institute for Gender Equality. (2014). Estimating the costs of gender based violence in the European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
11. EXCLUSIV. Alexandra Stan a vorbit, la "Marius Tucă Show", despre victimele violenței domestice: suferința unei prietene, în timpul izolării. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/marius-tuca-show/exclusiv-alexandra-stan-la-marius-tuca-show-19217675>.
12. Fetscher, C. (2020). Häusliche Gewalt ist kein Schicksal - sondern ein Problem, das alle angeht. Tagesspiegel.de. Retrieved 14 November 2020, from <https://www.tagesspiegel.de/politik/corona-und-die-ausgehbeschaenkungen-haeusliche-gewalt-ist-kein-schicksal-sondern-ein-problem-das-alle-angeht/25718698.html>.
13. Gewalt gegen Frauen: «Kein Zustand, den man Liebe nennen kann». Zdf.de. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/stef-la-frecks-interview-erfahrung-mit-haeuslicher-gewalt-100.html>.
14. Häusliche Gewalt in Zeiten der Corona-Pandemie: Wenig Zahlen. Süddeutsche.de. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.sueddeutsche.de/leben/gesellschaft-wiesbaden-haeusliche-gewalt-in-zeiten-der-corona-pandemie-wenig-zahlen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200712-99-759734>.

15. Hunter, M. (2011). *Story-based inquiry: a manual for investigative journalists*. UNESCO.
16. IFJ. (2011). IFJ Guidelines for Reporting on Violence Against Women. Retrieved from https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf
17. Interview zum Frauenhilfetelefon. Bundesregierung. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/interview-frauenhilfetelefon-1786956>.
18. Investigative journalism. En.wikipedia.org. (2020). Retrieved 8 November 2020, from https://en.wikipedia.org/wiki/Investigative_journalism#:~:text=Investigative%20journalism%20is%20a%20form,political%20corruption%2C%20or%20corporate%20wrongdoing.
19. Is Journalism Storytelling?. UKessays.com. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.ukessays.com/essays/journalism/is-journalism-storytelling.php>.
20. Kajeepeta, S., Noesner, K., & Hill, E. (2016). News Coverage of Intimate Partner Homicides in New York City (2013-16). Mayor's Office To Combat Domestic Violence. Retrieved 7 October 2020, from.
21. Langowski, J., & Piontek, H. (2020). Wenn die Kontaktsperre lebensgefährlich wird. Tagesspiegel.de. Retrieved 14 November 2020, from <https://www.tagesspiegel.de/berlin/haeusliche-gewalt-in-der-coronakrise-wenn-die-kontaktsperre-lebensgefaehrlich-wird/25696336.html>.
22. Lawrence, R. (2004). Framing Obesity. *Harvard International Journal Of Press/ Politics*, 9(3), 56-75. <https://doi.org/10.1177/1081180x04266581>
23. Lee, C., & Wong, J. (2019). 99 Reasons and He Ain't One: A Content Analysis of Domestic Homicide News Coverage. *Violence Against Women*, 26(2), 213-232. <https://doi.org/10.1177/1077801219832325>
24. Marinescu, V. (2020). Media coverage of grassroots violence against women. Academia.edu. Retrieved 14 November 2020, from https://www.academia.edu/7988343/Media_coverage_of_grassroots_violence_against_women.
25. McManus, J., & Dorfman, L. (2002). Youth Violence Stories Focus on Events, Not Causes. *Newspaper Research Journal*, 23(4), 6-20. <https://doi.org/10.1177/073953290202300401>
26. Meyer, E., & Post, L. (2013). Collateral Intimate Partner Homicide. *SAGE Open*, 3(2), 215824401348423. <https://doi.org/10.1177/2158244013484235>
27. Meyersfeld, B. (2012). The Council of Europe Convention on Preventing and Combating Violence Against Women and Domestic Violence. *International Legal Materials*, 51(1), 106-132. <https://doi.org/10.5305/intelegamate.51.1.0106>
28. Monahan, M., & Meyers, M. (1999). News Coverage of Violence against Women: Engendering Blame. *Contemporary Sociology*, 28(5), 580. <https://doi.org/10.2307/2655025>
29. Morbeck, M. (2016). Encouraging the participation of the private sector and the media prevention of violence against women and domestic violence: Article of the Istanbul Convention. Council Of Europe. Retrieved 14 November 2020, from <https://rm.coe.int/16805970bd/>.
30. Murray, A., & Farmer, P. (2020). From Outrage to Courage. Goodreads.com. Retrieved 14 November 2020, from https://www.goodreads.com/book/show/1814246.From_Outrage_to_Courage.
31. Nelkin, D. (1990). Selling Science. *Physics Today*, 43(11), 41-46. <https://doi.org/10.1063/1.881243>

32. Palazzolo, K., & Roberto, A. (2011). Media Representations of Intimate Partner Violence and Punishment Preferences: Exploring the Role of Attributions and Emotions. *Journal Of Applied Communication Research*, 39(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/00909882.2010.536843>
33. Parlamentul European, adăpost pentru femeile abuzate și ajunse pe străzi. Cum arată dormitoarele în care au fost cazate. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/social/parlamentul-european-adapost-pentru-femeile-abuzate-si-ajunse-pe-strazi-cum-arata-dormitoarele-in-care-au-fost-cazate-19110915>.
34. Perse, E. (1990). Media involvement and local news effects. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 34(1), 17-36. <https://doi.org/10.1080/08838159009386723>
35. President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019 — Official site of the President of the Republic of Kazakhstan. Akorda.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.akorda.kz/en/addresses/addresses_of_president/president-of-kazakhstan-kassym-jomart-tokayevs-state-of-the-nation-address-september-2-2019.
36. President Tokayev announces one-month state of emergency. Inform.kz. (2020). Retrieved 19 October 2020, from https://www.inform.kz/en/president-tokayev-announces-one-month-state-of-emergency_a3625158 (retrieved 19.10.2020).
37. Preventing and Addressing Sexual and Gender-based Violence in Places of Deprivation of Liberty: Standards, Approaches and Examples from the OSCE Region. Osce.org. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.osce.org/odihr/427448>.
38. Preventing intimate partner and sexual violence against women. World Health Organization. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.who.int/reproductivehealth/publications/violence/9789241564007/en/>.
39. Protection from domestic violence urgently needed for women and children under stay-at-home orders, say OSCE officials. Osce.org. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.osce.org/secretariat/449515>.
40. Rata criminalității în pandemie: scad infracțiunile, dar se înmulțesc cazurile de violență și abuzuri în familie. Digi24.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/justitie/rata-criminalitatii-in-pandemie-scad-infracțiunile-dar-se-inmultesc-cazurile-de-violenta-si-abuzuri-in-familie-1291631>.
41. Sotirovic, M. (2003). How Individuals Explain Social Problems: The Influences of Media Use. *Journal Of Communication*, 53(1), 122-137. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03009.x>
42. Special Eurobarometer 344: Domestic Violence against Women - European Union Open Data Portal. Data.europa.eu. (2020). Retrieved 13 November 2020, from https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S816_73_2_EBS344.
43. Trussler, M., & Soroka, S. (2014). Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames. *The International Journal Of Press/Politics*, 19(3), 360-379. <https://doi.org/10.1177/1940161214524832>
44. Überregionale Zeitungen in Deutschland. deutschland.de. (2020). Retrieved 13 November 2020, from <https://www.deutschland.de/de/topic/wissen/ueberregionale-zeitungen>.
45. UN chief calls for domestic violence 'ceasefire' amid 'horrifying global surge'. UN News. (2020). Retrieved 10 October 2020, from <https://news.un.org/en/story/2020/04/1061052>.
46. United Nations. (2020). What Is Domestic Abuse? | United Nations. United Nations. Retrieved 28 September 2020, from <https://www.un.org/en/coronavirus/what-is-domestic-abuse>.

47. Ungar, S. (2000). Knowledge, ignorance and the popular culture: climate change versus the ozone hole. *Public Understanding Of Science*, 9(3), 297-312. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/3/306>
48. Violence against women. Who.int. (2020). Retrieved 3 November 2020, from <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>.
49. Vreese, C., & Boomgaarden, H. (2003). Valenced news frames and public support for the EU. *Communications*, 28(4). <https://doi.org/10.1515/comm.2003.024>
50. Washington Post. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fnews%2fmonkey-cage%2fwp%2f2014%2f12%2f05%2fthe-paradox-of-newsworthiness%2f.
51. Womenplatform.net. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://womenplatform.net/uploads/Files/Broshura_Sotrudnichestvo_bez_travm.pdf.
52. Yanovitzky, I. (2002). Effects of News Coverage on Policy Attention and Actions. *Communication Research*, 29(4), 422-451. <https://doi.org/10.1177/0093650202029004003>
53. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 10 October 2020, from <https://www.zeit.de/arbeit/2020-03/haeusliche-gewalt-quarantaene-frauenhaus-coronavirus/komplettansicht>.
54. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 4 November 2020, from <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-04/haeusliche-gewalt-coronavirus-ausgangssperre-kinder-traumatisierung>.
55. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 4 November 2020, from <https://www.zeit.de/2020/26/vergewaltigung-prozess-luebeck-taeter-psychologie-machtfantasien/seite-3>.
56. Алматыда күйеуін байқаусызда өлтіріп алған әйел ақталып шықты. Kaz.nur.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://kaz.nur.kz/1858820-almatyda-kjeuin-bajkausyzda-ltirip-algan-jel-adam-aktalyp-syky.html>.
57. Баязитовна, Ф. (2020). К вопросу о роли средств массовой информации в преодолении проблемы супружеского насилия в современном российском обществе. *КиберЛенинка*. Retrieved 13 November 2020, from <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rol-i-sredstv-massovoy-informatsii-v-preodolenii-problemy-supruzheskogo-nasilija-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve>.
58. Әйелін балтамен ұрған ер адам 11 жылға сотталды - Қазақстан және әлемдегі соңғы жаңалықтар. Қазақстан және әлемдегі соңғы жаңалықтар. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://24.kz/kz/zha-aly-tar/o-am/item/417535-jelin-baltamen-r-an-er-adam-11-zhyl-a-sottaldy>.
59. Казахстанка едва выжила после нападения бывшего мужа с ножом - Новости Казахстана - свежие, актуальные, последние новости об о всем. Kazpravda.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.kazpravda.kz/news/proisshествiya/kazahstanka-edva-vizhila-posle-napadeniya-bivshego-muzha-s-nozhom>.
60. Круглова, Д. (2020). В Казахстане декриминализировали бытовое насилие. Как теперь будут наказывать мужей-тиранов. *Informburo.kz*. Retrieved 14 November 2020, from <https://informburo.kz/stati/v-kazahstane-dekriminalizovali-bytovoe-nasilie-kak-teper-budut-nakazyvat-muzhey-tiranov.html>.
61. Мәжіліс отбасылық-тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қарсы депутаттық заң жобаны мақұлдады. *Parlam.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <http://www.parlam.kz/kk/mazhilis/news-details/id48135/1/1>.
62. На 20% возросло число случаев домашнего насилия во время карантина в Казахстане. *Zakon.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.zakon.kz/5029112-na-20-vozroslo-chislo-sluchaev.html>.

63. Полицейский спас многодетную мать от мужа-агрессора в Алматинской области. Главные новости Казахстана - Tengrinews.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/politseyskiy-spas-mnogodetnuyu-mat-muja-agressora-403847/.
64. Резонансное насилие над алматинкой прокомментировал глава полиции города. Inform.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.inform.kz/ru/rezonansnoe-nasilie-nad-almatinkoy-prokomentiroval-glava-policii-goroda_a3706656.
65. Семейно-бытовое насилие: депутаты и эксперты рассказали о новом законе. Inform.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.inform.kz/ru/semeyno-bytovoe-nasilie-deputaty-i-eksperty-rasskazali-o-novom-zakone_a3710389.
66. Семейно-бытовое насилие: наказывать хотят не только агрессоров, но и госорганы. Zakon.kz. (2020). Retrieved 13 October 2020, from <https://www.zakon.kz/5029737-kak-budut-borotsya-s-semeyno-bytovym.html>.
67. Число жалоб на бытовое насилие в Казахстане увеличилось в 2 раза. Главные новости Казахстана - Tengrinews.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/chislo-jalob-byitovoe-nasilie-kazahstane-uelichilos-2-raza-400786/.
68. Ясавеев, И. (2020). Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004. – 200 с.. Academia.edu. Retrieved 29 September 2020

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ COVID-19 ПРОЗАСЫ МЕН ПОЭЗИЯСЫ

(КОРОНА КҮНДЕРІНІҢ ӘДЕБИЕТІ)

Айнұр Төлеу

Індет – ежелден адамзаттың санасына орныққан негатив мәнге ие түсінік. Тіпті ежелгі дәуір әдебиетінен індет туралы таным-түсініктерді оңай тауып алуға болады. Антик әдебиеті індетті адамзатқа жіберген Құдайдың қаһары деп түсінеді. Айталық, Гомердің «Илиадасында» Аполлон грек халқына оба дертін жібереді. Трагик ақын Сафоклдің «Эдип патшасында» да Құдай қаһарынан індет таралғанын білеміз. Уильям Шекспир «Король Лирді» 1606 жылы оба індеті үдеп тұрған кезде жазған деген дерек бар. «Ромео мен Джульетта» пьесасында кейіпкер Меркуционың Монтеки мен Капуллетти әулеттерін «отбасыңа оба келсін» деп қарғайтыны бар. Демек, сол замандарда да індет қарғыс атқандарға жіберілетін Құдайдың жазасы деген түсінік болған. Көркем шығармаға індет ұғымының енуін Шекспир заманынан тағы үш ғасыр бері жылжытып қарайтын болсақ, Эдгар Поның «Бетперделі қызыл ажал» әңгімесі еске түседі. Бұл шығармада оба дерті – әділдік орнатушы кейіпкер. Індет зардабынан азап шегіп жатқан халықты ойламаған Просперо ханзада сәулетті сарайында думанды карнавал өткізіп жатады. Карнавал шарты қандай? Әрине, бетперде киіп келу? Олай болса, «әділ» оба ақсүйектер арасына бетпердемен барады.

Иван Сергеевич Тургеневтің «Әкелер мен балалар» романының басты кейіпкері дәрігер Евгений Базаров та жұқпалы дерт – сүзектен қайтыс болады.

1. Сана түкпіріндегі індет

Альбер Камюдың індет және карантин туралы «Оба» романында індет адамдарға қатер төндірген жауыздың образымен беріледі. Дегенмен бұл романда да індетке өзіндік түсінікпен қарайтын кейіпкерлер кезігеді. Барлығы бірдей сұм жауызбен күресейік деп ұрандатпайды. Айталық, Рамбер деген кейіпкер індетті абстракция деп түсінеді. «Рамбердің ойынша, өзінің бақытына бөгет болатын нәрсенің бәрі абстракция» (Камю, 2011: 104). Ал дін қызметкері Панлю атай адал адамдарға аурудың жоламайтынын уағызбен жеткізеді. Адамдардың күнәсі көбейіп кеткен соң, Оранға оба келді деп есептейтін Панлюге сенгендер де болды. Уағызшы былай дейді: «Қала тұрғындарына мейірбан жүзін бұрып, ұзақ қараған Құдай Тағала өзінің ой-орманына шомып, тұлдырсыз тосудан қалжыраған соң, бетін бұрып әкетті. Сөйтіп, тәңірдің жарығынан айырылып, обаның қараңғы қапасында қалдық» (Камю, 2011, 108).

Салыстырып қарайтын болсақ, Камюдың құдайшыл адамы індетті Жаратушының қаһары деп есептемейді. Біз өз күнәларымызды түземедік,

мейірімді Құдай түзелер деп көп күтті. Сосын бізден үмітін үзді де, назар аудармай қойды. Құдайдың назарынан тыс қалғанда, біз оба-қараңғылығына тап болдық деп түсіндіреді. Камюдің бұл романы – індет және карантин кезінде адамдардың өзін ұстауын, ахуалын көрсетіп, таным-түсінігін танытатын еңбек. Себебі автор ежелгі шығармалар сияқты емес, әр адамның індет туралы түсінігіне тоқталған. Шығарма кейіпкерлері әлеуметтің әр тобының өкілдері: өзге елден келген журналист, дәрігер, дін қызметкері, бала және демікпеге шалдыққан қарт адамдар. Мәселен, адамдар өзгереді дегенге демікпесі бар шал сенбейді. Індет біткен соң, тірі қалғандар баз баяғы тірлігін қайта жалғастырады деп ойлайды. Әрине, дәрігерлер обаны көзге көрінбейтін микроб деп таниды. Ал автордың өзі бұл романын Еуропадағы ұлтшылдық пен фашизмге қарсылық деп көрсеткен, яғни Камю жұқпалы індет сырттағы микроб емес, санада өмір сүреді деп есептейді. Демек, Камю бір ғана індеттің өзінен поэтикалық – философиялық дүние жазып шыққан. Кім білсін, COVID-19 індеті кезінде тағы бір «Оба» сияқты кең тынысты шығарма жазылып жатқан да болар. Ал қазақ әдебиетіндегі ахуал қандай? Бізді осы сұрақ мазалайды.

Соғыс, індет, аштық түсініктері қоғамның өмірі мен күллі таным-түсінігін өзгертеді. Біз әдебиеттегі жазылған өлең мен көркем мәтіндерге көңіл бөліп, корона күндеріндегі қазақ қоғамының ойын, сезімін, әлемдік індетті қабылдауын, ол туралы білдірген пікірін зерттеуді мақсат тұттық. Зерттеу кезінде салыстырмалы-сараптамалық теорияны негізге алдық, яғни қазақ әдебиетінде індет тақырыбы бұрын қалай қозғалды, бізге белгілі шығармалардағы кейіпкерлер қандай індеттен зардап шеккен? Осы сұраққа жауап табу мақсатымен іздендік. Бұрынғы індет тақырыбында жазылған шығармалар мен бүгінгі әдебиетте корона індетінің жазылуында ұқсастық, сабақтастық бар ма әлде жаңа вирус туралы жазбалардың поэтикалық формасы да жаңаша қалыптасты ма? Салыстырмалы теориялық негіз бізге осы сұрақтарға жауап табуға көмектеседі деп ойлаймыз.

2. Негізгі бөлім

2.1 COVID-19 індетіне дейінгі індет тақырыбына шолу

Індеттің түрі көп. Қазақ әдебиетінде обаға қарағанда, сүзекке шалдыққан кейіпкерлерді көбірек кезіктіреміз. Айталық «Абай жолы» романында хакім Абайдың үш бірдей қимас адамы сүзектен көз жұмады.

«Мағаш өлімінен бұрын, көктемнің басында Абайдың өмірлік досы Ербол сүзектен қайтыс болған еді. Артынша Абайдың қадірлісі ер көкірек Базаралы кетіп еді. Бірақ бұл жайды Абай Мағаштың өлімінен он екі күн өткеннен кейін естіп, үш бірдей алыбынан айырылғанын біліп, үшеуі бірдей сынып, құлап кеткенін біліп: «Ей, сорлы заман, менен аяған қай қастығың қалды... Мен ішпеген у бар ма!.. Жүрегімді көрші, міне, жарадан сау жер қалды ма? Мұнша ғазап шеккендей не жазық, не айыбым бар?» – дей кетті» (massaget.kz, 2014).

Жазушы Мұхтар Әуезов шығармаларында сүзек және шешек дертінен көз жұмған кейіпкерлерді көп кезіктіреміз. Бір ғана «Қорғансыздың күні» әңгімесінде шешек және сүзек ауруы қатар алынған. Жиырмаға жасы енді жеткен Күшікбай батырдың шешектен қайтқаны туралы жазушы мынандай дерек береді:

«Батыр еліне қайта қайтқанда ауруы меңдей бастап, атқа әрең жүріп, осы күнгі бейіті тұрған биіктің басына келгенде мұршасы құрып, найзасын тіреп аттан түсіпті. Сонан соң басын оңға қаратуға ғана шамасы келіп, жан тәсілім қылған. Артынан ағайын-туғаны жылап барса, шешегінің ауыздарын шекпен қажап, қотырының суы шекпенінің сыртына шып-шып шығып кеткен екен дейді. Батырдың көп мұратына жете алмай, жас күнінде қуаты қайнап, долданып өлгенінен моласы тұрған биіктің бауырынан боран, ызғар айықпайтын болған екен – деп, бағанағы кәрі әңгімесін тоқтатушы еді» (kitap.kz).

Әңгімеде «Күшікбай кезеңі» деген жер бар. Осы кеңістікте негізгі оқиға өрбиді. Жазушы алдымен кезеңнің не үшін Күшікбай аталғанын, ол батырдың қалай өмірден өткенін оқырманға түсіндіріп алады. Бұл шығармада қорғансыз – Ғазиза. Бас кейіпкердің әкесі мен бауыры сүзектен қайтқан. Әжесі мен шешесі ғана тірі Ғазиза енді Ақан болыстан зорлық көреді де, сол сүзектен қайтқан қос обаның басына барып өледі.

«Бұл әйелдердің қуаныш-қызығы да, үміт-қорғаны да сол суық қабырға өліктермен бірге көмілген. Ол қабырда жатқан – Ғазизаның әкесі Жақып және жаны: туысқан жалғыз кішкене бауыры – Мұқаш. Осы бүгінгі кештен бір ай бұрын әкесі мен бауыры қабат жығылып, сүзек болды. Ғазизаның ағам өлсе, күнім не болады деп күндіз-түні бірдей тыным алмай, Құдайға құпия сыбырлап, оңаша жерлерде тыста жүріп өксіп-өксіп жылағаны, кемпір әжесінің мойнына бұршағын салып, ата-бабасының аруағына жалбарынғаны себеп болмай, екеуі де өлген» (adebiportal.kz, 2017).

Осыған ұқсас үзінділерді бұдан да көп жинақтауға болады. Сонымен қатар індетке шалдыққан адамның ахуалы мен жағдайын автор қалай берді, қандай идеяны негізгі фонға шығарды деген мәселені бөлек тақырып етіп қозғауға да болады. Ал біздің мақсат COVID-19 індетіне дейін жұқпалы дерттің әдебиеттегі көрінісіне қысқаша шолу жасау еді. Айталық, сүзектен қайтқан Абайдың ардақтылары: досы Ербол, ұлы Мағаш, сосын Базаралы – әлеуметтік-тұрмыстық жағдайы жақсы адамдар еді. Бірақ сүзек тап пен топ таңдамайтын. «Қорғансыздың күніндегі» кейіпкер Ғазизаның да бауыры мен әкесі тірі кезде жағдайы нашар болмаған. Асыраушысы сүзектен қайтқаннан кейін, үш әйел – Ғазиза, әжесі мен анасы өлімжеттік пен зорлықты адамдардан (Ақаннан) көреді.

2.2 COVID-19 тақырыбындағы қазақ прозасы

Асқар Алтайдың «Вирус-мутант» новелласында да кейіпкерлер адамзатқа бейтаныс вирусты сүзек және шешек індеттерімен салыстырады. Неге? Себебі адам беймәлім дүниені бұрыннан білетін ұғымдармен салыстырады. Метафоралық тұрғыда ойлайды. Асқар Алтай да қазақ әдебиетінде бұрын жазылған шешек пен сүзек вирусын COVID-19-бен салыстырады. «Енем отыз екінші жылдың аштығында шешектен аман қалдым деуші еді. Жүзіндегі қорасан дақтары сол заманнан қалған-ды» (adebiportal.kz, 2020). Сонымен қатар бұл новелладан COVID-19 вирусы туралы алғашқы ақпаратты қазақстандықтар қалай қабылдады деген сұраққа жауап табуға болады. Әрі бұл жауаптың уақыт өте келе маңызы да арта түседі. «Жұрт ‘бізде жоқ, биліктің бізді басып отыру үшін істеп жатқаны... Тағы да президент ауысады’ деседі. ‘Италия қайда, біз қайда?’ деп шуласып сенбейді, – деп Нұркәш келін киліге кетті» (adebiportal.kz, 2020a). Немесе стюардесса қыздың «Ол жақтарда да дүрлігу. Адамдар

қорқып, кейбіреуі еліне қайтып жатыр. Бірақ көп жұрт ‘как грипп, нечего бояться’ деп жайбарақат жүр» (adebiportal.kz, 2020b) деген сөзі де вирусты қазақстандықтар ғана емес, шетелдіктердің де қабылдай алмағанын білдіреді. Әрине, әдебиетте көркем шындық деген бар. Асқар Алтай бұл шығармаға тарақандар тіршілігін параллель алып отырады. Бас кейіпкер стюардесса Қарлығаштың чемоданымен бір тарақан Қазақстанға келеді. Қарлығаш COVID-19 вирусын адамдарға жұқтырса, тарақан осы вирусты қазақстандық тарақандарға таратады. Алайда карантин уақытында вирустың тарақандарға да жұғатыны, олардың жаппай қырылып жатқаны туралы бірде-бір дерек тіркелмеген. Сондықтан кейіпкерлер өмірімен қоса алынып отырған бұл сюжеттік желіні автор қиялынан туған көркем шындық қана деп бағаладық. Автор шығарманың соңында Қарлығаш пен басқа кейіпкерлерге не болғанын айтып жатпайды. Бірақ тарақандарды параллель желі етіп алғандықтан, оқиға соңындағы тарақан туралы жазылған жолдар арқылы жағдайдың қалай өрбігенін болжаймыз. «Тарақан да қандастарынан айырылып қалған тұлдыр жетімек» (adebiportal.kz, 2020c). Демек, мутант тарақан қаладағы барлық тарақанды қырып тастардай қуатты вирус таратқан. Стюардесса Қарлығаш та шетелден өз қаласына вирус алып келді.

Шығарма 2020 жылдың наурыз айында жазылған. Ресми түрде Қазақстанда коронавирус індетін жұқтырған науқас наурыз айының 13-і күні тіркелгенін (www.coronavirus2020.kz) ескерсек, новелла жазылған кезде автордың ауруға шалдыққан адаммен әлі кездеспегенін байқауға болады.

Шығарманың идеясы – әйел ұлттың тұтқасы. Қыз баланың жүріс-тұрысы, өзін-өзі ұстауы, ұлттық тәрбиені меңгеруі – тұтас бір ұлтты індеттен сақтап қала алады. Ал бас кейіпкер Қарлығаштың танымы басқаша. Ол – мутант. Ол стюардесса қызметі үшін сүйген жігітіне берген сертін де бұзған. Мутант деп автордың Қарлығашты айтып отырғанын қайдан білеміз. Қарлығаштың жігіті – Бауыр. Ол сұлу стюардессаны «Путана болмасаң да, мутантқасың» (adebiportal.kz, 2020d) деп еркелетеді. Демек, Қарлығаш қалаға вирус әкелмей тұрғанда- ақ мутант еді. Бұл шығармада тіпті тарақандар да вирусты адамдардан жұқтырып алады. «Вирус оған адамнан жұққан. Екіаяқтылар жеп, қоқысқа тастаған астан жұқтырған» (adebiportal.kz, 2020f). Ал Асқар Алтай вирустың өзі жылан мен жарқанаттан пайда болған деп есептейді. Оның ойынша, жылан жарқанатты бітеу жұтады. Сөйтіп, өлі және тірі жануардың арасында COVID-19 вирусы пайда болады.

Асқар Алтай стилі қалыптасқан, оқырманы бар жазушы. Астарлап жазу шеберлігін меңгерген жазушының көркем шындығына да оқырман сеніп қалады. Алайда COVID-19 вирусына қатысты жазған новелласындағы астар – тарақанды қала тұрғындарымен қатар алуы сенімсіз шыққан. Бірақ жазушыны ақтап аларлықтай себеп те бар: «Вирус-мутант» шығармасын жазу кезінде автор бұл қауіпті індет туралы аз білген.

Прозаик Қанат Әбілқайыр әңгімесінің атын «Коронавирус» деп атаған. Шығарманың көркемдік поэтикасы солғын. Себебі – кейіпкердің аты жоқ, жынысы беймәлім. Қызметі, жасы, портреті де белгісіз. Сондықтан шығарманы көркем әңгіме деуге келмейді. Дегенмен прозаиктің бұл шығармасын құнсыз дей алмаймыз.

Кейіпкер өмір сүретін кеңістік – Алматы қаласы. Өзіне қол жұмсаған кейіпкердің денесін дәрігерлер туыстарына коронавирус жұқтырған деп

бермей қояды. «Мәйітханадан сүйегімді алуға туыстарым келді, әне! Дәрігерлер 'бұл кісінің қанынан коронавирус жұқтырғаны анықталды. Сүйекті әкете алмайсыздар' деп еді, олардың іштей қуанғанын байқап қалдым» (malim.kz).

Кейіпкер қырық күн бойы үйден ешқайда шықпаған адам. Демек, оны бір жерден вирус жұқтырды деу орынсыз. Шағын шығарманың құндылығы да осында. Автор «ауырмаған адамдарды да COVID-19 вирусын жұқтырды деп тіркеген жағдайлар болды» деген ойын кейіпкерінің басындағы жағдай арқылы жеткізді. «Бірақ қырық күн бойы үйде қамалып отырып, іштегі жалғыздық дерті тағы қоздады. Бірақ бұл жолы оны арзан ойын, арзан күлкімен басуға арым жібермеді» (malim.kz 2020a).

Жазушы Есболат Айдабосынның індет тақырыбында жазған шығармасының формасы басқаша. «Қарға қырылған» деп аталатын туынды он бір кеңістіктен тұрады. Автор кеңістікті геотитр деп беріпті. Әңгімеде вируспен ауырған адамның ахуалы беріледі. «Қара терге түсіпті. Кеудесі сыр-сыр етіп алқына дем алды» (qazaqadebieti.kz 2020). Демек, бұл шығарма арқылы COVID-19 вирусына шалдыққан адамның қызуы көтерілетінін, басы ауыратынын, буын-буыны сырқырап, қара терге түсетінін, сандырақтайтынын, қорқынышты түс көретінін білуге болады. Бұған дейінгі талдаған шығармаларымызда мұндай нақты ақпарат кезікпеген.

Бұл әңгімеде де басты кейіпкердің аты-жөні жоқ. Атсыз кейіпкер ауруды Малайзиядан Қазақстанға алып келеді. Ол вирусты абайсызда, ұшақта жұқтырып алмайды. Көңілдесіне опасыздық жасап, демалыс кезінде танысқан түрік жігітінен жұқтырады. Кейін елге келіп көңілдесіне жұқтырады. Көңілдесінен қарт әкесіне жұғады. Әйел кейіпкер «санитарлық қағидаларды және гигиеналық нормативтерді бұзғаны үшін, өзімен байланыста болған адамдардың атын атаудан бас тартқаны үшін» сот процесіне қатысып, екі мың айлық есептік көрсеткіш мөлшерінде айыппұл төлейді.

Қазақ мифінде қарға – ажалдың символы, өлексеге үйір құс. Жазушы өз шығармасында сол бір культті ескеріп отырады. Сонымен қатар жалғыз өскен ағашқа да қазақ құрмет танытады. Әулиеағаш деп ат қойып, оған ақ мата байлап кетеді. Міне, сондай әулие ағашқа қарғалар қонып отырады. Қасындағы қабірстанның «тұрғындары» күн сайын көбейе түседі. Коронавирустан қайтыс болған адамдардың қабіріне у дәрі себіледі. Мәйіт жатқан төмпешіктерге қонған қарғалар қырыла бастайды. Жалғыз ағаш та солып, қурап кетеді.

Есболат Айдабосын адамзатқа келген қатердің жер шарындағы өзге тіршілік иесіне де қатысы бар екенін осы бір сюжет арқылы жеткізеді. Оқиғада қарт кісі көз жұмады. Қарияның ұлы мен оның көңілдесі сырқаттан жазылып шығады.

Қуандық Түменбайдың «Екі этюд» шығармасында вируспен ауырып, жаны қиналған кейіпкерді кездестірмейміз. Есесіне, карантинге жабылған қала мен тұрғындардың хал-жайы ашып көрсетілген. Бұл шығармада этика мәселесі көтерілген. Расымен, карантин және оның этикасы – үлкен тақырып. Індет кезінде сақшылар өзін қалай ұстады? Тұрғындар сақшы ескертпесіне бағынды ма? Ал полицейлер азаматтармен мәдениетті сөйлесе алды ма? Міне, осы сұрақтарға автор жауап іздеген. «Жабық қала дейміз де, шетелден ұшақ қондырамыз. Олар сөз өтпестердің перзенттері екен. Сосын індет жұқты деп жар саламыз» (qazaqadebieti.kz 2020).

Шығармада карантин кезіндегі мемлекеттік тіл мәселесі де көтерілген. Бұл шығарма да вирус өршімеген, карантин шаралары енді басталған кезде жазылған. Аты айтып тұрғандай, шығарма екі этюдтан тұрады. Бірі – «тұмылдырық» таққан сазгер, ал екіншісі – «Тағы бір қанден ерткен келіншек» деп аталады. «Қанден ерткен келіншек» деген атауды автор Чеховтан алғанын мойындайды. Сол үшін атаудың алдына «Тағы бір» деген тіркес қосқан. Карантин кезінде Шәмші Қалдаяқовтың ескерткішіне беймәлім адамдар бетперде тағып кетіпті. Автор бұл оқиғаны этикаға жат деп есептейді. Саябаққа өзі барып масканы алып тастай алмайды. Себебі ол жерге кіруге рұқсат жоқ. Осылайша Қуандық Түменбай адамзаттың құндылықтарға көзқарасы өзгеріп жатыр деген идеяны жеткізеді.

2.3 Прозаиктердің ұқсастықтары

а) Қарға культі

Індет тақырыбында жазылған еңбектерінің әсері ме екен әлде саналы түрде солай жасады ма, авторлардан ұқсас деталдар таптық. Айталық, Асқар Алтайдың новелласы «Қарқ! Ка-а-ар. Ко-о-ор! Мыңжылдық қарға үні құмыға жетті» деген сөйлеммен аяқталады. (qazaqadebiety.kz 2020). Қала тып-тыныш. Бұл тыныштықты қарға ғана бұзды. Ал өлгелі жатқан тарақан соңғы рет осы қарғаның үнін естиді. Есболат Айдабосын туындысын «Қарға қырылған» деп атайды. Қабірстанның батыс жағында өсіп тұрған жалғыз ағашқа қарғалар қонып отырады. Автор әңгімені осы қарғалардан бастайды, яғни қос қаламгер де қарға культін өзек етіп алған.

б) Жаза мотиві

Енді осы «Қарға қырылған» әңгімесіндегі кейіпкер жұма сайын ашынасына барады. Жұрт оны жұма намазға барады деп ойлайды. «Жұма сайын түс әлетінде көлігі оңға емес, солға бұрылады. Жұрт намазға жығылғанда, ғұсыл құйынып жататын. Мешітке кеттіге жорып, ешкім іздей қоймайды» (qazaqadebiety.kz 2020). Дәл осындай, жұрт мешітке бара жатыр деп ойлайтын тағы бір кейіпкер бар. Ол Қанат Әбілқайырдың «Коронавирус» әңгімесінде кездеседі. «Әдетте сыраhanaға бет алсам болды, мешіттен қайтқан діндес достарыммен кездесіп қаламын. 'Ниет қабыл болсын' деп олар жылы шырай танытатын. Құлшылығымды қарқ қылып тастаған адамдай 'әумин, әумин' деймін мұсылман кейіпке ене қойып.... осы намазхан бауырларым менің сыраhanaға кетіп бара жатқанымды білмейді-ау, білмейді» (malim.kz 2020b). Бұдан нені байқаймыз? Авторлар осы індеттің таралуын адамзаттың Құдайға деген құлшылығының азайғанынан деп ойлауға мегзеп, осындай жаза мотивімен беріп отыр. Демек, қазақ әдебиетінде індет – жаза деген мотив осындай детальдар арқылы айқын байқалады.

с) Әйел кейіпкерлер әрекеті

Асқар Алтайдың новелласында да, Есболат Айдабосынның да шығармасында да Қазақстанға вирусты әйел кейіпкер алып келеді. Екі әйел де тұрмысқа шықпаған. Екеуі де еркектердің көңілдегісі. Бірі – стюардесса, енді бірінің нотариусы бар, яғни екеуі де жақсы ақша табатын, ауқатты, модерн әйелдер. Тіпті «Қарға қырылған» әңгімесінде мынандай

жолдар бар. «Коронавирус жұқтырған әйел өзімен қарым- қатынаста болғандардың аты-жөнін айтудан бас тартты» (qazaqadebieti.kz 2020a).

d) Тарақан мен қырқаяқ

Асқар Алтай кейіпкерінің үйінде бір ғана тарақан жүреді де, майдың иісі шыққан көрші үйге кетіп қалады. Есболат Айдабосынның жалғыз тұратын әйел кейіпкерінің үйінде қырқаяқ бар. «Дастархан үстін сыпырып- сиырып қоқысқа тастайын деп тәрелкені көтере беріп еді, тайрандап қырқаяқ шыға келді» (qazaqadebieti.kz 2020 b). Аты жоқ әйел кейіпкер жанталасып жатқан қырқаяққа қарап тұрып, жедел жәрдем шақырады.

2.4 COVID-19 тақырыбындағы қазақ өлеңі

2.4.1 Беймәлім жау

Ежелгі грек аңыздарына көңіл қойсақ, індетті адамдар арасына билеушілердің әділетсіз басқаруы мен адамдардың ниетіне байланысты жіберілетін Құдайлар әрекеті ретінде көреді. Осы орайда Гомердің «Илиада» поэмасы еске түседі. Гректердің соғыс лагерін індет жайлайды. Батыр Агамемнонның әрекетін ұнатпаған Аполлон оба індетін жіберген болатын (Кун, 2012). Байқағанымыздай, ежелгі адамдар табиғи апатты Құдай адамдарды жазалау үшін немесе күнәларынан сабақ алуы үшін жібереді деп түсінген. Сонымен қатар Александр Сергеевич Пушкиннің 1830 жылы жазған «Оба кезіндегі сауық» деген шығармасы бар. Әдебиеттанушылар бұл еңбекті шотландтық ақын Джон Вильсонның «Обалы қала» шығармасының фрагменттеріне ұқсатады. (lenta.ru 2020).

Алдымен, ақыннан поэтикалық кең тыныс талап ететін поэма жанрына тоқталайық. Қазақстанда карантин жариялаған соң, ақын Ғалым Жайлыбай «Сұрақ белгісі» деген поэма жазды. Бұл еңбегі «Әдебиет порталына» 2020 жылдың 23 наурызында шықты. Жазылған уақытына қарап, автор поэмасын вирус белең алған кезді көрмей, дерттің зардабын әлі нақты қандай болатынын білмей тұрып жазғанын аңғарамыз. Шығармада қаламгер қасиетті төрт кітаптағы мифтерден дерек келтіреді. Адамзаттың алдында талай сындарлы кезең өткенін айтады. Бұл поэмада да күнә мен жаза мотиві астасып жатады, яғни ақын індет адамдарға жіберген Құдайдың жазасы деген идеяны ұстанады. «Жаратқанның алдында адам – Сен әлсізсің... Түсіндің бе?» (adebiportal.kz 2020)

Қазақ фольклорында індетті аластау бұрыннан бар. Бұл – магиялық фольклордың зерттеу объектісі. Автор осы аластау әдісін өз поэмасында қолданады. «Көш,пәлекет, көш енді, бірге алып кет кеселді!» (adebiportal.kz 2020 a).

Дәл осы поэманы Ғалым Жайлыбай жаза бастаған кезде Исраил Сапарбай «Алматының ахуалы» деген өлең жазады. Мұнда да дәрменсіздік, күнә мотиві бар. Карантиннен қажыған ақын «Көктегі жұлдыздар жылап қарап тұр» деп, күллі қала дәрменсіздігін суреттейді. Өлеңнің кеңістігі –Алматы, уақыты – карантин кезеңі дегенді ескерсек, дәл сол кездегі адамдардың көңіл күйін, шарасыздығын осы өлеңнен анық аңғаруға болады.

Осы уақытта жазылған Ақберен Елгезектің «Мінәжат» өлеңінің формасы мен мотиві бөлек. Ақберенде өзге қаламдастары сияқты күнә әрі

жаза мотиві жоқ. Ол жер мен табиғатты және адамды зұлмат пен індеттен сақтай көр деп мінәжат қылады, жалбарынады. Өлең 2020 жылы 28 наурыз күні жазылған.

Олжас Отардың «Қамын ойла, өзгенің, өзіңнің де» деген өлеңі де Жаратқанға жалбарынып, бүкіл әлемнің тыныштығын тілейік деген сарында жазылған. Бірақ Ақберен Елгезекпен салыстырғанда, Олжас ақын шығармасында жаза мотиві бар. Ол иманның бір шыбығын көктетсек, қауіп пен қатерден арыламыз деген идеяны ұсынады.

Толқын Қабылшаның «Жер мен көктей таныдым ба алыпты» деген өлеңінде адамзат пейілі сыналып жатыр деген ой айтылады. Автор адамзаттың мейірімі азайып кеткен соң, пандемия жайлады деп ойлайды, яғни өзге ақындардан байқалған жаза мотиві – Толқынның да өлеңдерінің негізгі өзегі. Ақын:

«Жер-ананың сақтай гөр» деп бесігін,
Тәңірімнен сұрап тұрмын кешірім» –
деп өлеңін қорытындылайды.

Әлібек Шегебайдың өлеңінен күнә және жаза мотиві байқалмады. Бірақ ол вирусты адамзаттан үлкен, алып етіп көрсетеді. Карантинде үйге камалған халықты сабырға шақырады. «Бар болғаны үйіңе қамап қойды, қуып шықса қайтесің сол үйіңнен» деп, азаматтарға басу айтады. Бұл өлең де елде вирус әлі өршімеген кезде жазылған.

Әлібек Шегебайдың идеясымен үндес сарында жазылған Асқар Дүйсенбінің «Үйде бол» деген өлеңі бар. Ақын карантин кезінде үйде болған адам ғана өзін, елін, бауыры мен Отанын сақтай алады деген идеяны өлеңмен берген.

Карантин кезіндегі ахуалды Тыныштықбек Әбдікәкімұлы «Карантиннің отыз жетінші күні» деген өлеңімен жеткізген. Қос өкпе таза ауамен дем ала алмай, сүреңсіз тіршіліктен қажығанын айтады. Карантин жөнінде жазылған өлеңдердің ішіндегі поэтикасы мықты өлең – осы. Мәселен, автор таза ауамен тыныстамадым деген ойды былай жеткізеді:

«Самал сөзін ести алмай қор болды-ау, қайран менің қос өкпем.»

Жангелді Немеребаевтың пандемия кезіндегі ахуалды баяндайтын «Нұрланып биыл да көк пен жер» деген өлеңін оқыдық. Бірақ өлеңде ахуалды баяндаудың ерекше бір формасы, поэтикалық әдіс жоқ, өлең формасымен жазылған публицистикалық материал деп айтсақ қателеспейтін сияқтымыз. Ақын «Ең соңғы дертті жан жазылып шықты» деген хабарды сүйіншілеп жетізер күн келсе екен деген тілек айтады.

2.4.2. Отшашу тақырыбындағы жырлар

Карантин кезіндегі өлеңдердің көпшілігінің тілек пен мінажат, күнә мен жаза мотивінде жазылғанына байқадық. Демек, карантин және қазақ поэзиясы дегенде, біз осы мотивтерді ойға аламыз. Бірақ осы зерттеуімізді тағы бір өзіміз байқаған ерекшелікпен толықтырғымыз келеді.

2020 жылдың 6 шілдесінде Қазақстанда отшашу атылды. Дәл осы күні әрбір қазақстандықтың әйтеуір бір жақын адамы COVID-19 жұқтырып,

сырқат зардабын тартып жатқан еді. Әлеуметтік желілер лентасы күн сайын індеттен қайтыс болған адамдардың жақын-жуықтарына көңіл айтқан хабарларға толды.

Қазақстан Республикасының азаматтары 2020 жылы Астана күні аталып өтпейтін де шығар деп үміттенген болатын. Бірақ сол күні қас қылғандай түнде жыл сайынғы қалыптасқан тәртібімен салтанатты отшашу атылды. Бұл күн, сондай-ақ Елбасы Нұрсұлтан Назарбаевтың туған күні болатын. Қара жамылып отырған халық отшашуға түсінбей, аң-таң күйде қараса да, ізінше ашу-ызасын білдіріп, қатты-қатты сөйлеп, наразылықтарын білдіріп жатты. Осы кезде прозаиктерге қарағанда, ақындар лап еткен эмоциялық сезіммен ызалы жыр жазып, реакцияларын білдірді.

Біз бүгінге дейін отшашуға байланысты дейін бірде-бір прозалық шығарманы оқыған жоқпыз. Бірақ осы бір күннің ішінде поэзияның бір жанры халықтың жанайқайы мен ызасын бұрқ еткізіп жеткізіп салды. Ендеше COVID-19 індеті кезіндегі қазақ өлеңін отшашуға дейінгі (үрейлену, вирустан сақтануға, жаратқанға жалбарынуға арналған) және отшашудан кейінгі (ызалану, қара жамылу, қайтқан адаммен бақұлдасу) деп екіге бөліп қарау керек деп білеміз.

Ақын Бақыт Беделхан:

«Астананың қызуы қырық боп тұр

Сылтау да өткір әйнектей сынық та өткір

От сапырды...

Жын шашты...» –

деп, адамдардың дене қызуы көтерілгенде, биліктің от шашып ойнағаны қалай деген ойын ызамен жеткізеді.

Осы күнде жазылған өлеңдердің поэтикасы мен шынайылығына риза боласың. Шынайы болатыны – айтып өткеніміздей, бұл кезде вирустың қаншалық қауіпті екенін ел әбден білген еді. Зираттарда топырағы кеуіп үлгермеген төмпешік көбейген. Бір үй кеше ғана бауырын жерлеген, тағы бірі ауруханадан хабар күтіп отыр, ал келесі бір үйдегі жаны қысылған адамға жедел жәрдем келмей жатыр, ендігі бір бірнеше адам дәріхана алдында кезекте тұр. Дәл осындай жағдайда жүрген қаралы ел отшашуды қалай қабылдау керек еді?

Ақан Марғұлан деген ақын өлеңінің атын «7-40-2030» деп атапты. 7 саны – Астана күні, 40 – ауырған адамдардың қызуының көрсеткіші және қайтыс болғандардың әлі қырық күндік асы да берілген жоқ деген ызасы, 2030 – Нұрсұлтан Назарбаевтың 1997 жылы 1 қазанда қабылдаған «Қазақстан-2030 стратегиясы – ел дамуының 2030 жылға дейінгі кезеңге арналған стратегиялық бағдарламасы».

Отшашу тақырыбына жазылған өлеңдер көлемді емес. Айталық, Бақыт Беделханның өлеңі бір-ақ шумақ. Ақан Марғұлан бар айтпағын бес шумаққа сыйдырған:

«Біздің Отан – әруақ қонған бейітте,

Сіздің Отан – жармақ толған сейфте.

Біздің Отан – арман бүрген Жүректе,

Сіздің Отан – жалған күлген кейіпте» (abai.kz 2020).

Светқали Нұржанның «Екі Отан» деген өлеңі де сол түні жазылған. Онда автор Нұрсұлтан Назарбаевтың қиялындағы Отан ұғымы мен халықтың ойындағы Отан деген сөздің мағынасында зор айырмашылық бар екенін жырға қосқан. Сонымен қатар автор «Біздің Отан – арын сатқан нан таппай, Арулардың ышқырында былғанған!» (abai.kz 2020 а) деп, бұқара мен билік арасындағы Отан ұғымының айырмашылығын ашына жеткізеді.

Мақпал Жұмабай үш шумақпен, Асылзат Арыстанбек – бес, Есей Жеңісұлы – алты», Танакөз Толқынқызы – үш шумақпен қарсылығын білдіріп, наразылығын жеткізген.

Танакөз Толқынқызының идеясы Светқали Нұржанның ойымен үндес, сарындас келеді. «Ел де жоқ. Отан да жоқ. Ел бастар атан да» (abai.kz 2020) дейді Танакөз Толқынқызы. Бірақ Танакөзде кие және обал-сауап мотиві де бар. Ол «От шашып тойлағандар, Отпенен ойнамаңдар! Көз жастың хақы болар, Тозақтың оты болар» (abai.kz 2020a) деп түйіндейді.

Қазақ мифінде отқа ерекше мән беріледі. Халық тарихында от культі дәуірлеген кезеңдер болған. Отты күннің жердегі сынығы деп қабылдайтын халықта «Отпен ойнама» дейтін тыйым бар. Танакөз Толқынқызы осы от танымын қайта жаңғыртып, Астана күні билік отпен ойнады деп, ызасын екі тармаққа сыйдырған. Сондай-ақ індетке шалдыққан дәрменсіз халықтың ел бастайтын есті адамдары қайда деген ой тастайды.

2020 жылы Қазақстан Республикасының бұрынғы президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың 80 жасқа толуына орай оған таза мыстан ескерткіш қойылды (azattyq.org). Қазақстан ресми Астана күнін де Назарбаевтың туған күнімен бір күнде атап өтеді. Отшашу да осы шараға байланысты ұйымдастырылған. Ақын Есей Жеңісұлы індетке арналған жырын осы мыс ескерткішпен сабақтастырады. Қазақстан түгілі, «күллі әлемнің өкпесі күйіп» жатқанда, бұндай той ұйымдастыру – «шала миы» адамның әрекеті деп білетінін айтады. Ал кеудесін қысқан жөтелмен алысып жатқан жұртқа аспиринді қымбат бағаға сатып байығысы келетіндерді көр үстінде билеген шайтандарға ұқсатқан:

«Көр үстінде көп шайтан билегендей,

Отшашуың бітпеді-ай, Қазақстан...» (abai.kz 2020)

Мақпал Жұмабай да өлеңінің атын «Отшашу. 06.07.2020» деп атаған екен. Ақын сол күнгі отшашудың шоғы жүректерге түсіп күйдірді, ал оның ащы дауысынан ауырған жандардың үні естілмей де қалды дейді:

«Тәуелсіз елде тәуелді халық,

Бір түйір улы дәріге» (tilshi.kz 2020)

Асылзат Арыстанбек ойын білдірген өлеңді оқығанда, біздің есімізге Эдгар Поның «Бетперделі қызыл ажал» шығармасы түсті. Астана күнін тойлағандар өз сарайында карнавал өткізген Просперо ханзада сияқты:

«Биліктің бізге қақпасы жабық,

Той тойлап жатыр әлі де.

Мүрделеріңе белгі де қоймас ескерткіш соққан тіріңе» (tilshi.kz 2020 а).

Эдгар По «Бетперделі қызыл ажалды» 1842 жылы жазған. Асылзат пен Эдгардың шығармасының арасы екі ғасыр, нақтырақ айтсақ, 178 жыл. Енді тура 178 жылдан кейін әдебиеттегі осы проблема, осы идея қай елде көтерілуі мүмкін? Үш ғасырға тақау уақыт ішінде адамзаттың пейілі өзгермеген бе? Әлем әдебиеті мен бүгінгі қазақ әдебиетіндегі көркемдік кеңістікке үңіле отырып, індеттің адамды өзгертпейтінін байқадық. Індет –біздің кім екенімізді, сын сағатта адами қасиетіміздің қаншалық екенін көрсетіп беретін айна ғана. Асылзат Арыстанбек пен Эдгар Поның шығармасын салыстыра отырып осындай ойға қаласың.

3. Қорытынды

Әдетте қоғамдағы қандай да бір оқиғаға поэзия жылдам реакция білдіреді. Себебі қазақ халқы өлең үлгісіндегі әдеби туындыларға ерекше мән береді. Оның себебі де жоқ емес. Жазба әдебиеті кеш қалыптасқандықтан, халықтың көркем ойлау жүйесі ырғақ пен ұйқасқа негізделген. Демек, ырғақ пен ұйқас адамның жадында тез сақталады. Бұған жыраулар поэзиясы мен батырлар жырынан көп мысал келтіруімізге болады. Кешегі өткен жыраулар поэзиясының соңғы өкілі, көшпелі өркениеттің жыршысы – Жамбыл Жабаев өлеңдерін еске түсіріп-ақ қазақ әдебиетінде поэзияның орнын нақты біліп алуға болады. Айталық, соғыс жылдарына арналған прозалық шығармалар аз емес, бірақ Жамбылдың «Ленинградтық өренім» атты өлең үлгісімен жазылған шығармасы халық арасында тез тараған.

Бірақ «корона күндерінің» әдебиетін салыстыра отырып, бұл үрдіс шетінің сөгіле бастағанын байқадық. Нақтылай түссек, індет тарала бастаған кезде әдебиетуындылардың арасында өлең үлгісіндегі шығармалар бірен-саран ғана болды. Ал бұл кезде қазақ әдебиетінің оқырмандары прозаға келіп қосылған жаңа шығармаларды оқып, талқылап жатты. Карантиннің бірінші аптасында-ақ Асқар Алтайдың новелласы жарыққа шықты, артынша Есболат Айдасбосынның шығармасы басылды. Бірақ жұмыс барысында саралап көрсеткеніміздей, прозаиктердің аталған тақырыпқа дайындығының аз болғанын, соған сәйкес көп қате жіберіп алғанын байқадық. Санамалап көрсетер болсақ:

- a) Вирус жыныстық жолмен жұғады
- b) Вирусты жәндіктер де таратады
- c) Үйде қамалып отырған, ешқайда шықпаған адамға да вирус ауа арқылы жұғады.
- d) Вирусты шетелден модерн әйелдер ұшақпен алып келген

Екі бірдей прозалық шығармада да Қазақстанға COVID-19 инфекциясын шетелден әйел кейіпкер алып келеді. Модерн әйелдер осылайша бір елдің, ұлттың жойылып кетуіне себеп болады. Авторлар бұл кейіпкерді жеңіл жүрісті, ақшаны ғана ойлайтын, шетелге барып қыдырып қайтатын кейіпкер етіп көрсетеді.

Ал поэзиялық туындылардың пайда болуы өте қызық құбылыс. Жауыннан кейінгі саңырауқұлақ сияқты, отшашу түнінен кейін өлең үлгісінде жазылған шығармалар күрт артқан. Біз зерттеу нысанасына алған өлең үлгісімен жазылған туындылардың 80%-ы Нұр-Сұлтан қаласында отшашу атылған күні жазылған. Осылайша Қазақстандағы корона күндерінің поэзиясын ғылыми тұрғыда екіге бөліп қарастырдық:

- 1) отшашуға дейінгі өлеңдер
- 2) отшашудан кейінгі өлеңдер

Сонымен қатар Астана күнінен кейін (06.07.2020) шұғыл жазылмай, кейін жарыққа шыққан поэзия жанрында жазылған туындылар саны күрт көбейген. Бірақ COVID-19 тақырыбына дейін де, қазіргі қазақ әдебиетінде прозаик авторларға қарағанда ақындардың үлес салмағы көбірек екенін ескеруіміз керек. Сол көп автордың індет жайлап, карантин басталғанда үн қатпауы қайран қалдырады. Себебі прозаға қарағанда шығарманы өлең үлгісінде ұсыну қиын емес. Бұдан ақындардың нақты оқиғамен бетпе-бет келмей, деректерді өздері көріп, сезінбей оқырманға туынды ұсынуға асықпайтынын байқаймыз.

Айталық, «Отшашу оқиғасына» дейін жазылып қойған Ғалым Жайлыбайдың поэмасында адамзатқа келген зауалдар туралы айтылады. Адамзаттың әлсіз екені, Құдайдың жазасы бар екені баяндалады. Жаза мотиві, Жаратқанға жалбарыну, адамдарға ескерту сарыны «Отшашу оқиғасына» тән болып келеді.

Ал «Отшашу оқиғасынан кейінгі» өлеңдерде лиризм басым. Ақындардың жақын адамдарымен бақұлдасуы, билікке назын айтуы байқалады.

Корона күндерінің әдебиеті деп бөліп алып қарастырғанымызбен, авторлар әдебиетте бұрыннан бар обал мен сауап, кие мен күнә мотивтерін шығармасының негізгі идеясы еткен. Яғни адамзаттың күнәсі көбейгенде, әлсіз бен әлдінің арасында әділетсіздік орнағанда Құдайдың табиғи апат жіберуі – заңдылық деген идеяны тұспалдайтын шығармалар жаңалық емес, бұған дейін де жазылған.



Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Камю Альбер (2011) Оба. Ақтаев С (ауд.) Астана: «Аударма» баспасы.
2. Әуезов Мұхтар (2014) «Абай жолы». Massaget.kz, 8 шілде, <https://massaget.kz/layfstayl/debiet/proza/19737/>. Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
3. Әуезов Мұхтар (сайтқа салынған күн белгісіз) «Қорғансыздың күні». Kitap.kz Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
5. Алтай Асқар (2020) «Вирус-мутант». Adebiportal.kz, 7 сәуір, <https://adebiportal.kz/kz/news/view/22637> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
6. Coronavirus2020.kz (2020). Вирус қалай беріледі? coronavirus2020.kz, 9 қыркүйек, <https://www.coronavirus2020.kz/kz/news>. Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
7. Әбілқайыр Қанат (2020) «Коронавирус». Malim.kz, 28 сәуір, <https://malim.kz/3118/> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
8. Айдабосын Есболат. (2020) «Қарға қырылған». Қазақ әдебиеті, 15 сәуір, <https://qazaqadebiety.kz/24318/esbolat-ajdabosyn-ar-a-uryl-an> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
9. Төменбай Қуандық. (2020) «Екі этюд». qazaqadebiety.kz. (20.12.2020)
10. Жайлыбай Ғалым (2020) «Сұрақ белгісі» (поэма). Adebiportal.kz, 4 сәуір, https://adebiportal.kz/kz/news/view/galim_zhailibai_surak_belgisi_22631 Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
11. Қалмұрат Аян (2020) «Елордада туған күн, біздің жақта жаназа». Azattyq.org, 7 шілде, <https://www.azattyq.org/a/capital-city-day-fireworks-and-coronavirus/30711129.html> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
12. Жеңісұлы Есей (2020) «Ескерткішің бар енді таза мыстан». Abai.kz, 7 шілде, <https://abai.kz/post/116019> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
13. Арыстанбек Асылзат (2020) «Мәйіттің үстінде мереке-думан». Tilshi.kz, 11 шілде, <http://tilshi.kz/archives/15881> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
14. Нұржан Светқали (2020) «Екі Отан». Abai.kz, 26 шілде, <https://abai.kz/post/46109> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
15. Иманғазин, Мұратбек (2008) Антика әдебиеті. Алматы: «Қазақ университеті» баспасы.
16. Толқынқызы Танакөз (2020а) «Отшашу». Abai.kz, 7 шілде, <https://abai.kz/post/116019> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
17. Қабылша Толқын (2020) «Қандай ғажап сенің барың әлемде». Егемен Қазақстан, 6 сәуір, <https://egemen.kz/article/227969-tolqyn-qabylisha-qanday-ghadgap-seninh-barynh-alemde> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
18. Сапарбай Ибраһим. (2020) «Алматының ахуалы». Qazdauiri.kz, 25 наурыз, <https://qazdauiri.kz/archives/17697> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
19. Елгезек Ақберен (2020) «Мінажат». Егемен Қазақстан, 30 наурыз. <https://egemen.kz/article/226488-koronavirus-turaly-aqyndar-dgazghan-olenhder> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
20. Жұмабай Мақпал (2020) «Отшашудан сенің даусың естілмейді». Malim.kz, 7 шілде, <https://malim.kz/5365/> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.
21. Отар Олжас (2020а) «Қамын ойла өзгенің, өзіңнің де». Егемен Қазақстан, 30 наурыз, <https://egemen.kz/article/226488-koronavirus-turaly-aqyndar-dgazghan-olenhder> Соңғы қаралған күн: 20.12.2020.

КОРОНАВИРУС... КЕТ! КЕТ! КЕТ!

Молдияр Ергебеков

«Музыка... әлем болмаса да болар еді»

Артур Шопенауэр (Schopenhauer, 1969: 257)

Музыка әлеуметтік жағдайдың өткір мәселелерін (exigency) – музыкаға тән формалық тілдің антиномиялары ішінде – терең көрсетіп, азап шегу дің кодталған тілі арқылы өзгеріске шақырған сайын соншалық жақсы болады. Қоғамға шарасыз үрейлі көзбен қарау музыканың ісі емес. Музыка әлеуметтік функциясын әлеуметтік мәселелерді музыкаға тән материал арқылы және өзінің формалық заңдылықтарына сәйкес етіп айтар болса ғана іске асыра алады.

Теодор Визенгрунд Адорно (Adorno, 1978: 130)

COVID-19 індетінің салдарынан арамыздан айырылған еліміздің музыка саласының майталмандары Кеңес Дүйсекеев, Мурат Иргалиев және Ескендір Хасанғалиевтің ғазиз рухтарына арнаймын.

Кіріспе

Әрбір қоғам өзіне тән эстетикалық көзқарас пен қабылдау ерекшеліктеріне сай көркемтуынды жасайды. Музыканың адам баласының шығармашылық идеялары мен қиялын суреттейтін өнер саласында алар маңызы зор. Өйткені, бір тараптан, мелодияға, екінші тараптан, сөзге сүйенетін музыканың шексіздігі кез келген сәтте және әр салада түрлі формадағы туындының тууына жол ашады.

Өнер адамдары қоғам мүшесі ретінде өздерінің шығармашылық жұмыстарында өздері өмір сүріп отырған қоғамның ұжымдық рухын суреттейді. Сондықтан да өнер адамының ойы мен қаламынан шыққан туынды суретшінің белгілі бір тақырып төңірегінде не ойлайтынын көрсетумен қатар қоғамның сезімін де білдіреді.

Музыка әлеуметтік құрылымдармен, өнердің өзге салаларына қарағанда, тығыз байланысты. Басқаша айтар болсақ, музыка адами тіршіліктің барлық саласына енген. Осындай өзіндік ерекшелікке ие музыканың сыры әлі де құпия, жұмбаққа толы (Nussbaum, 2007). Музыка әрі көңіл көтеру құралы, әрі өнер формасы ретінде қоғамға кең тарауымен қатар қазіргі кезде радио, телевизия, кино және видео, телефон, смартфон және тағы басқа кез келген медиа түрінің де ажырамас бөлшегіне айналған.

Сондықтан да музыка, бір тараптан, қоғаммен мәдени және эстетикалық үлгілер арқылы байланысса, екінші тараптан, медиа өнімдері арқылы тығыз қарым-қатынасқа жол ашады. Сондықтан да қоғамның әрбір сатысында қалыптасып және әрбір сатысында қабылданған музыка қоғам өмір сүріп отырған кезеңнің саналық құрылымынан эстетикасына дейінгі, наным-сенімінен өмір сүріп отырған территорияға дейінгі түсініктердің барлығын қамтып, сол жөнінде хабардар етеді. Қоғамның өзекті мәселелерінен бастап, тіршіліктегі күресіне дейінгі барлық саланы сөз бен мелодия арқылы сипаттау қасиетіне ие музыка қоғамның әлеуметтік-психологиялық жағдайы туралы да дерек береді.

Мифтік хикаяттардан бастау алатын өнер саласы космос пен хаосты, өмір мен өлімді, бар мен жоқты өзіне тән тіл арқылы интерпретациялап, тергеп, жауап іздейтін тіршілік биографы іспетті. Осынау биографиялық құрылым ішінде адам баласы мен оның қоғамының өмірі мен өлімін, тіршілікте қалу күресін суреттейтін саламатты өмір мәселесі маңызды орынға ие. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының (ДДСҰ) Жарғысында аталып өткендей, саламатты өмір дегеніміз – ауру мен тән дефектісінің болмауы ғана емес, сонымен қатар тән, сана (*ментал*) және әлеуметтік тұрғыдан да бақуат болу халі (WHO).

Бүкіл әлемді дүрбелеңге салған, 2 миллионға жуық адамның өліміне себеп болған коронавирус эпидемиясының жаңа түрі COVID-19 әлемнің барлық еліндегі денсаулық сақтау жүйесінің күйін дәл көрсетіп, кемшіліктерді тайғатаңда басқандай нақтылап берді. Әлем елдерінің басым бөлігі эпидемия салдарымен күресуге дайын болмады; ауруханалардағы төсек-орынның, медициналық жабдықтардың жетіспеуі, реанимация бөлімшелерінің науқастарға лық толуы денсаулық сақтау жүйесін әбден тұралатты. Бұл кезеңнің ең қиын салдары – адамзат баласының осы ауыр күндерінің ең негізгі ерекшелігі – «белгісіздіктің» белең алуы еді. Бұл белгісіздік күйі бұрыннан бар, бірақ шетін қалып, ескерілмей келе жатқан қақтығыстар мен проблемаларды су бетіне қалқытып шығарды.

Бұл проблемалардың біріншісінің, жұмсартып айтар болсақ, әлеуметтік теңсіздікпен байланысы бар. Яғни «кімнің өмір сүру құқы кімге қарағанда маңызды» деген сұраққа барып тірелген әлеуметтік теңсіздік мәселесі. Бұл теңсіздік «кімнің өмір сүру сапасының жалғасуы кімнің өмір сүру құқынан маңызды» екенін де көрсетті (Çoker, 2020: 18). Екінші проблема – пандемия кезінде де бұрынғысынан асқынбаса, кемімеген жемқорлық. Пандемия арқылы еліміздегі жемқорлықтың әлеуметтік саулықты қаншалық құлдырататынын да білдік. Үшінші проблема – қоғам мүшелерінің денсаулық сақтау мекемелерінің берген директиваларын: үйде болу, қол жуу және әлеуметтік қашықтық сақтау сынды режимдерін ескермей, немқұрайды қарап, өзінің және өзгенің денсаулығына қауіп төндіруге бейім болуы. Барлық ел үкіметі азаматтарын үйде отырғызуға шаралар қабылдап жатты, алайда қоғам мәдениетінен туындайтын кейбір ерекшеліктер COVID-19-дың кең тарауына себеп болды. Еліміздегі жағдайды алып қарар болсақ, мәдениетіміздегі той тойлау мен өлім-жітімге көңіл айту салтының оқшаулану міндеттерінен гөрі әлдеқайда маңызды екенін көрсетті.

Бұл зерттеуде COVID-19 эпидемиясы әсерінен туған және еліміздің тұрғындары сезінген кейбір эмоцияларды сипаттаған музыкалық шығармалар қарастырылады. Пандемия кезеңінде көпшіліктің басын қосатын концерттер мен фестивальдерге тыйым салынып, әлеуметтік медиа платформалар музыкалық іс-шаралардың негізгі кеңістігіне

айналды. Кәсіби және әуесқой музыканттар жаңа шығармалар, жаңа мәтіндер жазды, ал кейде ескі мелодияларға жаңа мәтін жазылып, халық арасына тарап жатты. Кейбір ескі музыкалық шығармалар көпшілік арасында қайта жаңғырып, танымал әуендерге айналды. Youtube арқылы, әртүрлі әлеуметтік медиа тораптар арқылы онлайн концерттер берілді. Ал батыс елдерінде локдаун кезеңінде бастау алған балкон концерттері Қазақстанда да болып жатты.

Бұл жағдай COVID-19 пандемиясы кезеңінде музыканың қоғамдағы негізгі коммуникация түрінің бірі болғанын көрсетеді. Бұл зерттеуімізде Джулиан Шаап, Фемке Вандерберг, Михаел Бергхманның (Schaar, Vandenberg & Berghman, 2020) Covid-19 және Нидерланд музыкасы жөнінде жазған зерттеулеріндегі әдісті пайдаланамыз, яғни музыканы жай ғана эстетикалық тәжірибесі тұрғысынан емес, сонымен қатар әлеуметтік тәжірибе болуы тұрғысынан қолға алу. Басқаша айтсақ, ұжым болып апатқа ұшыраған сәтте музыка қандай әлеуметтік рөл атқарды деген басты сұраққа жауап іздейміз. Сонымен қатар «Қазақстанда пандемия кезеңінде музыканың рөлі қандай болды?», «Бұдан бұрын атап өткен қоғамдағы реакция музыкаға қалай әсер етті?», «Музыка не туралы баяндады?», «Музыка мен саяси билік қатынастары қандай дәрежеде болды?», «Музыка индустриясына Қазақстандағы пандемия жағдайы қалай әсер етті?» деген сұрақтарға да жауап іздеуге тырысамыз.

Алдымен, COVID-19 пандемиясының Қазақстандағы музыка индустриясына әсері туралы айтып өтеміз.

Музыка – музыка социологиясы мен коммуникация зерттеулері саласының ортақ нысанасы

Музыка социологиясы социология салаларының бірі ретінде музыка мен қоғам арасындағы өзара қалыптасатын көп өлшемді әрі көп мағыналы қарым-қатынасты зерттейді. Өнер формасы ретінде музыканың әлеуметтік компонентін, яғни саясат, дін, экономика, кімдік (identity), сексуалитет және күнделікті өмір тәжірибелері сынды салалармен қарым-қатынасын қамтитын фанментал әрі динамикалық мәдени ерекшелігін зерттеуді мақсат етеді. Осылайша музыканың қайсыбір әлеуметтік жағдайлардың салдарынан қалыптасып, туындыға немесе өнімге айналғанын түсіну мүмкіндігі әрі осынау қалыптасқан туындыға/өнімге себеп болған әлеуметтік жағдай жөнінде ой айту немесе бұл жағдайды талдау мүмкіндігі тууда (Güven & Ergur, 2014: 7).

Дегенмен өнер мен социология арасындағы қарым-қатынас бірқалыпты емес, шиеленіске толы. Әлеуметтанушылардың тергегіш, негіздеуге талпынатын және өнер сынды «ұлы» істі «аспаннан жерге түсіретін» теңшіл ұстанымы өнер қауымы мен өнерсүйер қауымға ұнай қоймайды. Олар өнерді әлеуметтік тәжірибе ретінде талдау мен негіздеуге эстетикалық ләззатты күйретуші құрал ретінде қарайды. Өйткені көптеген өнер адамдары мен өнерсүйер қауым үшін аз да болса мына жалған дүниенің күйбең тіршілігінен алыстап, керемет әуенге беріліп, музыканың әлеуметтік контексті жайында бас қатырудың қажеті жоқ. Көптеген музыкант, музыкасүйер және музыкатанушы музыка социологиясын кей кездері ақылға қонымды ой айтқанмен, керексіз нәрсе деп түсінеді. Олардың ойынша, музыка социологиясы кез келген бір музыканың әлдеқайда жақсы түсінілуіне қызмет етпейді және музыка тудыру мен тыңдаудың «иррационал» сәтінде өздігінен туатын ләззатты жояды. Кейбірінің көзқарасы бойынша, бұл «қажетсіз» пән тіпті

өз деңгейін білмейді, сондай-ақ жойқын күшке ие. Өйткені «әдеттегі» әлеуметтік іс-әрекет пен еңбекке қарағанда, әлдеқайда жоғары, ұлы, тіпті «киелі» боп көрінетін өнер ісін «әлдеқайда төмен» еңбекпен теңестіреді. Мәселеге осылай қарайтындар музыка социологиясын құдды бір өнерге қарсы құрметсіздік синонимі деп біледі (Ayas, 2015: 17).

Музыка социологиясының музыканың өндірісі, репрезентациясы, қабылдануы мен пайдаланылуы, музыканың саяси экономиясы, қоғамдағы пайдаланылуы мен функциясын қамтитын сұрақтар қоюы да музыканттар, музыкасүйер қауым мен музыкатанушылардың мазасын алады. Сонымен қатар әлеуметтік ғылымдар саласындағы әртүрлі теориялық ұстанымдар мен зерттеу методтарын қолдануы да осы беймазальқтың тууына негіз болуда. Басқаша айтар болсақ, музыка социологиясының музыка әлеміндегі институттық жүйені мазалайтын ең басты мәселесі – қалыптасып қалған эстетикалық құндылықтардың әлеуметтік контекстін әшкерелеп, сол арқылы осы құндылықтардың өздігінен пайда болған деп қабылданған «киелі» тұстарын пікірталасқа тақырып етіп алуы еді. Бұған музыка социологиясын құрушы ойшылдардың бірі Эмиль Дүркхейм «киелі» мен профан арасындағы шекараны бұлыңғыр қылу» деп баға береді (Durkheim, 2005). Пьер Бүрдиө танымал Социология проблемалары (Questions de sociologie) атты еңбегінде социология мен өнер арасындағы қарым-қатынастың соншалық «суық» болуының басты себебі – «өздері туралы идеяны сынға алған, жалпы, сынға қырын қарайтын өнер мен өнер адамдарына байланысты» деп жазады. Оның пікірінше, өнер әлемі – бастан-аяқ сенім әлеміне айналған. Бұл әлемнің тұрғындары «Жаратушысы жоқ Жаратушы» ретінде таңғажайып дарын мен біртума талантқа сенеді. Социологтың өнер адамы мен өнер туындысын түсінуі, түсіндіруге және негіздеуге тырысуы оларды шошындырады. Өйткені оларға әлеуметтанушылардың әрекеті, социолог Вольтердің патшаларды тарихтан қағыс қалдырғаны сияқты, өнер адамдарын да өнер тарихынан шығарғысы келетін әрекет сияқты болып көрінеді (Bourdieu, 1993: 139). Сондықтан да «беймаза күйге себеп болар ғылым» ретінде социология қоғамның мазасыздық сезімін оятатын және жауапкершілік жүктейтін шындығынан қашып, өнердің «пілсүйек мұнарасына» сыйынғандарды мазалай бастайды (Bourdieu, 1993: 8). Ал, негізінде, өнер адамы мен өнерсүйер қауымның мұндай бекініске бекіну себебінің де социологиялық ерекшелігі бар.

Музыка социологиясының сұрақтары да мәселені терең түсінуге бағытталған. «Белгілі бір қоғамның белгілі бір тобы, табы, этникалық немесе жыныстық тобы және т.б. қандай музыка жанрын, түрін тыңдауда?», «Белгілі бір қаланың қай ауданында қандай концерт немесе музыкалық іс-шаралар ұйымдастырылады және мұның себебі неде?», «Музыка индустриясы қандай музыка жанрын, түрін немесе қай музыкантты немесе туындыны қандай жолмен, қай әдіспен нарыққа шығаруда?» секілді сұрақтар арқылы социологияның урбанизация, капитализм, миграция, әлеуметтік стратификация сынды мәселелерін қамтитын макро-социологиялық перспективасын пайдаланады. Сонымен қатар «күнделікті өмірде қалыптасқан әлеуметтік қарым-қатынастардың тұлғаның музыкалық талғамы мен таңдаудағы рөлі қандай?», «Концертке барған кезде музыкант пен аудитория арасындағы интеракцияның дәрежесі қандай?», «Адамдардың жасөспірім шақтан кәмелеттік шаққа өтіп жатқан кезіндегі қауымдастық/әлеуметтік кімдік таңдауындағы музыканың рөлі қандай?» деген сияқты сұрақтар арқылы социологияның символикалық интеракция және драматургиялық ұстаным деп аталатын

әдістері арқылы белгілі бір қоғам мүшелерімен бетпе-бет құрылған қарым-қатынас пен әсерленуді қамтитын микро-социологиялық перспективасының кеңеюіне көмектеседі (Güven & Ergur, 2014: 7).

Музыка тарихы адамзат тарихымен бірге тұса да, музыканың әлеуметтік зерттеуі жақын кезеңде, социологияның тууымен бірге және социологияны құрушы ойшылдардың бірі Макс Вебердің еңбектерінен бастау алған десек қателеспейміз. Макс Вебер музыканы екі тұрғыдан талдаған. Бұлардың бірінде музыка Батыстағы капитализмнің дамуына себеп болған тарихи рационализация процесінің артефактісі ретінде қолға алынған болса, екінші тұрғыдан, музыкаға қоғам мәдениетінің терең мағыналы бөлігі ретінде қарастырылады (Turley, 2001: 635). Ол қайтыс болғаннан кейін, 1921 жылы жарық көрген *Музыканың рационал және социологиялық негіздері* (Die rationalen und soziologischen Grundlagen der Musik) атты еңбегі – музыка социологиясы саласындағы маңызды зерттеулердің бірі. Рационализация – Вебер еңбектерінде негізгі мәнге ие болған әмбебап тарихи үдеріс. Ол рационал үдерісті мәдениеттің «иррационал» аренасынан табуға тырысты. Оның Батыс музыкасының дамуын зерттеу үшін қолданған үлгісі осы еді. Вебердің теориясы көне музыкадан заманауи музыкаға көшу үдерісінде өнердің мистикалық және «иррационал» қасиеттері біртіндеп жойылып, олардың орнын рационал қасиеттер басқанын алға тартады. Вебер музыкаға тарихи көзқараспен қарады: алғашқы музыкадан бастап қазіргі музыкаға дейінгі музыканы зерттей отырып, әсіресе, Батыста аккордтық үйлесімнің ерекше дамуына назар аударды (Қара., Вебер, 1994: 469-550).

Дегенмен Вебердің музыка социологиясы неміс философы, Франкфурт мектебінің белді мүшесі Теодор Визенгруд Адорноның еңбектері арқылы танылды. Өйткені Адорно өзіндік музыка социологиясын Вебердің ықпалымен қалыптастырған болатын (Yergebekov, 2011: 497-524). Адорно барлық түрдегі өнер контентінің кілті – оның техникасы (Adorno, 1964: 135) екенін алға тартты. Адорноның мәселеге техника тұрғысынан қарауы Вебер сипаттаған «өнер тарихшысы және социологы» сипаттамасына сай келеді. Вебердің пікірінше, өнер тарихшысы мен социологы, бәрінен бұрын, мәселенің техникалық ерекшелігін зерттеуі керек еді. Осылайша эмпирикалық өнер тарихының неліктен басқа жолмен емес, дәл осы жолмен дамығанын және қай түрдегі техникалық, әлеуметтік және діни факторлар қойыртпағы қандай стилдің қалыптасуына ықпал еткеніне жауап табуға болады. (Гайденок, 1976: 31).

Вебер өнердің техника жағына ғана «даму» ұғымын қолдануға болатынын алға тартады. Өйткені – эмпирикалық зерттеу көбіне өнердің техникалық ерекшелігімен байланысты. Вебер өнердің эстетикалық тұрғыдан дамуы мүмкін емес деп біледі. Ол дұрыс түсінілген техникалық даму – өнер тарихының өте маңызды феномені деп пайымдайды. Өйткені техникалық дамудың көркемдік талғамға ықпалы, эмпирикалық болып саналатын барлық ерекшелікті қамтиды және көркемдік даму тізбегінде көзге түседі (Гайденок, 1976: 30).

Дегенмен Адорноның пайымы, Вебердің тұжырымы секілді формалық техникаға бағытталған болса да, Веберге қарағанда, музыка «алаңына» анағұрлым жақын деп айтуға болады. Вебер полифониялық музыканы дамыған қоғамға лайық болғаны үшін, ал Адорно өнер тарихшылары мен музыкатанушылардың құлағы (слух) да өте ауыр қабылдайтын жаңа музыканы қоғамға жол көрсететіні үшін мадақтайды. Бұл жерде Адорноның рационализм ұғымының Вебердікі сияқты спецификалық

музыкалық материалдардан тұрмайтынын аңғаруға болады. Адорноның ойынша, материалдың қоғамға әсер етуі және органика қалыптастыруында ықпалды болуы әлдеқайда маңызды (Yergebekov, 2011).

Зерттеуімізге қатысты алғанда, Адорноның музыка социологиясы, соның ішінде, әсіресе «мәдениет индустриясы» ұғымы мен популяр музыка туралы сыны өте маңызды.

Адорно мен Макс Хоркхаймер өздері қалыптастырған «мәдениет индустриясы» ұғымын 1947 жылы жариялаған Ағарушылық диалектикасы атты еңбектерінде қолданды. Өздеріне дейінгі және замандастары арасындағы кейбір интеллектуалдар қолданған «тобыр мәдениеті» дискурсының орнына жүрген бұл ұғымның сыны мақсаты бар еді. Ашып айтар болсақ, заманауи мәдениеттің бұқарадан тумайтынын, керісінше, бұқараға бағытталған өндіріс тізбегі екенін сипаттау. Адорно бұл жағдайды «барлық мәдениет индустриясының практикасы табыс табуға бағдарланады, ал бұл жағдай тікелей мәдени формаларға сіңеді. Мәдени формалар нарыққа шығарылған тауар ретінде авторларының материалдық жағдайын жақсартқанға дейін-ақ, бұрыннан бүтіндей болмаса да осындай сипатқа ие еді. Алайда ол кезде табыс табуға ұмтылу қосымша сипатта болатын және туындының автономиясына мін қоспайтын. Мәдениет индустриясындағы жаңалық – оның типтік өнімдеріндегі дәл және мұқият есептелген пайданың тікелей және ашық түрдегі басымдығы... Мәдениет индустриясының типтік мәдени болмыстары өзге ерекшеліктерінің жанындағы жай ғана тауар емес, ол – бастан аяқ тауарға айналған» деп сипаттайды (Adorno, 1975: 13).

Адорноның мәдениет индустриясы ұғымы бүгінгі мәдениетті түсінуде де маңызын жоғалтқан жоқ. Тіпті бүгінгі мәдениет ішінде мәдениет индустриясымен, яғни тауар ретінде мәдениет өндіру индустриясымен консенсусқа келмеген мәдени сала қалмаған десек қателеспейміз. Адорно өмір сүрген кезеңнен бері мәдениет индустриясы дамыған технологиялық құралдары мен жаңа мәдени формалары арқылы анағұрлым кеңейді және мәдениет саласының барлық түрін өз ішіне қамтып үлгерді. Музыка осынау мәдениет индустриясының «бір жемтігіне» айналған кезеңде қалайша «жақсы музыка» бола алады? Бұл сұраққа Адорно мәдени музыканың формалық тілін, музыкаға тән материалды және музыкаға тән формалық заңдарды, яғни музыканың техникалық ерекшеліктерін алға тарта отырып жауап береді:

«Музыка әлеуметтік жағдайдың өткір мәселелерін (exigency) – музыкаға тән формалық тілдің антиномиялары ішінде – терең көрсетіп, азап шегудің кодталған тілі арқылы өзгеріске шақырған сайын соншалық жақсы болады. Қоғамға шарасыз үрейлі көзбен қарау музыканың ісі емес. Музыка әлеуметтік функциясын әлеуметтік мәселелерді музыкаға тән материал арқылы және өзінің формалық заңдылықтарына сәйкес етіп айтар болса ғана іске асыра алады» (Adorno, 1978: 130).

Адорноның пікірінше, мәдениет индустриясы тарапынан өндірілген музыка адамдарда пассив тыңдау әдетін қалыптастырады. Бұл сыны, әсіресе мәдениет индустриясының ықпалында қалған популяр музыкаға бағытталды. Пассив тыңдау нәтижесінде ешбір адам популяр музыка туралы терең ойланбайды, осы музыканың бөлшектері арасындағы қарым-қатынастарды ұғынуға тырыспайды және тәуелсіз сын қалыптастыра алмайды. Музыка жай ғана өмірдің еш өзгеріссіз жалғасын табуын қамтамасыз ететін фонға айналады. Популяр музыка «тыңдаушының

табиғилығын қолынан 'жұлып алып', шартты рефлекс қалыптастыруын қамтамасыз етеді» (Adorno, 2009).

Адорно бұл мәселе бойынша Франкфурт мектебінің тағы бір өкілі Вальтер Беньяминмен пікір таластырған. Беньяминнің «Техника мүмкіндіктері арқылы қайта өндіріле алатын замандағы өнер туындысы» (*Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*) атты танымал мақаласы Адорноның мәдениет индустриясына байланысты айтқан ойларына қарсы аргумент қалыптастырған еді. Беньямин бұл еңбегінде мәдениет индустриясының өнер туындыларындағы киелі аураны жойып және бұл өнер туындыларының бұқара тарапына қолжетімді болуын қамтамасыз етіп, өнер саласын демократияландырғанын меңзеді. Оның пікірінше, өнер туындысының техникалық құралдармен қайта өндірілуі – жаңа феномен. Техникалық жолмен қайта өндіру фотография арқылы немесе аудио таспа арқылы туындының көрермен/тыңдарман қауымға ұласуын қамтамасыз етеді. Осылайша белгілі бір концерт залында немесе ашық алаңда орындалған хор әуенін үйдің ішіндегі бір бөлмеде тыңдау мүмкіндігі туады» (Benjamin, 2007). Бұл дегеніміз – мәдениет индустриясы мәдениетті тобыр мәдениетіне айналдырса да (Адорно), тұтыну мәдениетін тобырша тұтынуға айналдырмайды (Беньямин). Басқаша айтар болсақ Адорно мәнді өндіріс райына (*mode of production*) байлаған болса (яғни бір мәдени мәтіннің қалай өндірілгені оның тұтынылуы мен маңызын қалыптастырады), Беньямин мәннің тұтыну сәтінде өндірілетінін алға тартты; оның маңызы да өндіріс райынан тәуелсіз түрде тұтыну үдерісінен қалыптастырылады (қара., Storey, 2018: 73-74). Қысқасы, аураның жойылуы салдарынан өнер туындысының өндіріс дәстүрі мен туындының авторитеті құриды. Бұл жағдай бұқараға жаңа мүмкіндіктер береді. Популяр мәдениетке (музыкаға) деген позитив және тарапсыз ұстанымдарға Беньяминнің ықпалы зор. Бұл ықпалды төменде Бөрмиңәм мектебінің популяр музыкаға байланысты көзқарасын айтып өткенде байқайтын боламыз.

Зерттеуіміздің теориялық негізін қалыптастыруымызға көмектесетін маңызды ойшылдардың бірі – Эмиль Дүркхейм. Социология ғылымының негізін салушылардың бірі болған Дүркхейм қоғамның тіршілікте қалуының негізгі шарты күнделікті өмірдің тереңіне жасырынып жатқан кие түсінігі немесе сиқыр (*magic*) екенін алға тартады. Дүркхеймнің пікірінше, белгілі бір адамдар тобының уақыт пен кеңістікте сабақтасқан өмір қалыптастыра алатын қоғамға айналуы, сандық тұрғыдан көп болу мәселесімен ғана шектелмейді. Сонымен қатар ортақ наным-сенімге ие болу да өте маңызды. Ортақ наным-сенімге ие болу, белгілі бір қоғамдық идеяға бағытталу, бұл мақсатта бірге еңбек ету – қоғамды қалыптастыратын және оны тұрақты болуын қамтамасыз ететін ерекшелік. Қарапайым аңшы-терімші қоғамнан күрделі индустриялық қоғамға ауыса бастаған эволюция үдерісінде, әрине, ортақ құндылықтар, мақсаттар өзгереді, трансформацияға ұшырайды. Алайда бәрінің түп-тамырында негізгі наным-сенім жатуға тиіс. Осынау ортақ наным-сенім сезімі, алдымен, қоғамның өзіне деген сенімі арқылы қалыптасады. Дүркхейм бұл терең сенімді ұжымдық сана/ немесе ар-ождан (*conscience collective*) деп атайды. Осылайша қоғамды қалыптастыратын индивидтердің жай ғана тобы емес, одан әлдеқайда өзгеше бір қоғамдық болмыс пайда болады. Қоғам өмірінің жанды болуын осынау тереңде жатқан наным-сенім немесе кие түсінігі қалыптастырады. Осы тұста «киелі» ұғымының институтқа айналған дін мағынасына сай келмейтінін айта кеткен жөн. Дүркхеймнің пікірінше, діннің осылайша институтқа,

құрылымдық жағдайы терең қоғамдық ар-ожданның қатты қалыпқа айналғанын және жартылай бюрократизацияланғанын көрсетеді, одан басқа еш нәрсе емес. Дүрқхейм қоғам өмірінің қарапайым, іш пыстырар институционализмі астарынан тармақталатын киенің (қоғамдық ар-ождан) ерекше сәттерде ғана көзге түсетінін, рәсімдер мен ортақ наным-сенімді әрекеттестіретін оқиғалардың қоғамда есіру мен аласұру (extase) халін қалыптастыратынын алға тартады. Сонымен қатар рәсімдер мен ортақ наным-сенімді әрекеттестіретін оқиғалардың жағымды (мысалы, футболда жеңіп шыққан клуб жанкүйерлерінің қуанышты сезімдерін көрсетуі) және жағымсыз (мысалы, адамдар тобында нәсілшіл зорлық-зомбылық әрекетінің пайда болып іске асуы) түрлерінің бар екенін айтады. Қоғам ар-ожданының негізгі көзге түсетін сәттері, міне – осылар. Кез келген есіру мен аласұру халі көбіне музыканың катализаторлық ықпалын керек етеді. Осынау киенің қалыптасуы немесе өрістеуі барлық өнер саласына, әсіресе музыкаға ерекше әсер етеді.

Музыка – тереңде жатқан ұжымдық ар-ожданға қозғау салатын және оны сезіндіретін маңызды құрал, адамдардың өмірге мән-мағына беру ізденістерінде маңызды фактор рөлін атқарады. Өйткені өмір мен оның элементтері бізді сиқырына бөлей алғанда ғана жеке әрі әлеуметтік өмірдің «екпінін» қоса алады (Egur, 2018).

Музыка мен қоғам арасындағы байланысты зерттеуде маңызды теориялық негіздердің бірін Бөрмиңәм мектебі өкілдері қалыптастырған. 1950 жылдардың соңынан бастап Батыстағы мәдениет зерттеулерінде ықпалды бола бастаған Бөрмиңәм мектебі Антонио Грамши мен Вальтер Беньяминнің көзқарастарының әсерімен, әсіресе, популяр мәдениет анализіне байланысты өте маңызды теориялық тұжырымдар жасады.

Грамшидің пайымы бойынша, үстем таптың билігі күш көрсетуге ғана сүйенбейді, сонымен қатар идеяларды басқара отырып, қоғамның келісімін алуға (consent) ұмтылады. Грамши бұл идеяларды басқару мәселесін гегемония (үстемдік) ұғымы арқылы түсіндіреді. Гегемонияға ие болу өте маңызды. Сондықтан өмірдің кез келген саласында келісімді өндіруді керек етеді. Алайда гегемония құруға әрекет жасалғанда, бұған қарсы тұру әрекеттері де іске асып жатады. Сондықтан да гегемония мәңгілік емес. Тәуелді таптар ешқашан дәл мағынада берілмейді, өмірдің әртүрлі салаларында гегемонияға қарсы күресіп, үстем тап қалыптастырған мағыналарға қарсы өз мағыналарын өздері өндіреді. Беньямин де Грамши секілді ой қорытып, популяр мәдениетке байланысты позитив көзқарасын білдіреді. Беньяминнің пайымынша, Адорно наразы болған мәдениет индустриясының тоталитар ерекшелігі мәңгілік емес. Тіпті кей жағдайда демократияландыратын ерекшелікке ие екенін айтып өтеді. Сондықтан да капитализм мәдениет саласын демократияландырып, Грамши мен Беньяминнің үміт еткендей гегемония күресі үшін бұқараға жаңа салалар мен алаңдар қалыптастыруы әбден мүмкін (Ayas, 2015: 168).

Мәдениет индустриясының осынау демократияландыратын әлеуеті Бөрмиңәм мектебі арқылы популяр музыка жөніндегі пікірталасқа шоқ тастағандай болды. Бұқара мәдениеті теорияларында пассив және біртектес болып сипатталған бұқараның Бөрмиңәм мектебі зерттеулеріндегі мәдениеттің өндірісі мен тұтынылуы мәселесінде белсенді әрі маңызды рөл атқаратын субъектілерден тұратыны алға тартылып, осы субъектілер арасындағы айырмашылықтар мен плюрал ерекшеліктерге назар аударыла бастады. Осылайша мектептің ықпалды мүшелерінің бірі – Стюарт Холл популяр мәдениеттің екі түрлі сипатына:

мәдениет индустриясы тарапынан қалыптастырылған популяр мәдениет (1) және халық қалыптастырған популяр мәдениетке (2) үшінші бір сипатты «Күрес алаңын» қосады. Холлдың пікірінше, популяр мәдениет үстем идеологияның тасымалдаушысы емес, халықтың шынайы мәдениетінің көрсеткіші де емес. Популяр мәдениет дегеніміз – күрес алаңы. Популяр музыканың (мәдениеттің) мағына әлемі гегемония күресі арқылы күн сайын қайта өндіріледі. Яғни мәдени форманың мағынасы мен оның мәдени саладағы орны сол форманың ішіне кірікпейді, кіріксе де мәңгілік болмайды. Мәдени символдың мағынасы жартылай да болса оған мағына беретін және жаңғыруын қамтамасыз ететін тәжірибелер арқылы қалыптасады, яғни әлеуметтік сала қалыптастырады. Популяр музыка (мәдениет) өнімдері үстем биліктің жалғасуын қамтамасыз ететін немесе тіпті соған қарсы тұратын құралға айнала алады. Мұны белгілейтін нәрсе – гегемония күресі.

Біз зерттеуіміздің теориялық негізі ретінде музыка социологиясы мен коммуникация зерттеулері саласының тақырыбымызға байланысты тұстарына шолу жасадық. Бұл теориялардың мәнін ары қарай, COVID-19 пандемиясы кезеңіндегі Қазақстандағы музыка өндірісінің анализін жасаған кезде аша түсетін боламыз. Алайда, алдымен, заманауи қоғамның музыка өндірісіндегі екінші маңызды факторды, яғни жаңа медианың салдарынан өзгеріске ұшыраған кеңістік мәселесін қолға алғанымыз жөн.

Жаңа медиа және кеңістік

2020 жылы жаһанға таралған пандемия физикалық әрі идеялық тұрғыдан күнделікті өмір мен ұғымдардың мәнін өзгеріске ұшыратуда. Әсіресе, қазірге дейін күнделікті өмірде өзгеруі мүмкін емес деп түсінілетін нәрселер қатты өзгеруде. Мысалы, вирус салдарынан адамдардың өзгеріске ұшыраған негізгі ұғымдарының бірі – «кеңістік». Тәндік контакт шектеулері мен физикалық кеңістікке байланысты жасалған реттеулер күнделікті өмірдегі барлық салаға әрқалай ықпал етуде.

Кеңістік ұғымы түсінігін зерделеу үшін ғылыми әдебиетке қарар болсақ, Анри Лефевр, Пиер Бүрдиө, Жил Делөз бен Феликс Гуаттари секілді ойшылдардың еңбектерінде осы ұғымның қызу пікірталас тудырғанын байқаймыз. Бұл ойшылдар кеңістікті мәндік өлшемі тұрғысынан сипаттауға тырысты және олардың кеңістікке байланысты ойы басқа да ойшылдар мен зерттеушілерге ықпал еткен (Қара., Lefebvre, 1991; 2004., Bourdieu, 1989., Buchanan & Lambert, 2005., Saldanha, 2017).

Лефевр *Кеңістіктің өндірісі (La production de l'espace, 1974)* атты еңбегінде кеңістікпен әлеуметтік қатынастардың арасында диалектикалық қатынас бар екенін алға тартатын әлеуметтік кеңістік (socio-spatial) теориясын қалыптастырды. Ол кеңістікті әдеттегідей өндіріс орны және әлеуметтік қатынастар іске асатын жазық деп сипаттайтын көзқарастарға қосымша кеңістікті «өндірілетін өнім» ретінде сипаттайды. Осылайша әлеуметтік қатынастарды кеңістік өндіруші әрі кеңістік қалыптастырған фактор ретінде қабылдайды. Лефеврдің бұл ұстанымының негізгі аргументі – капитализмнің кеңістікті қолданып, күнделікті өмірімізді «отарлауы». Ол «кеңістіктің өндірілуі» дегенде, экономикалық өндірісті ғана емес, институттар, қала орталықтары, ақпарат сынды қоғамды қалыптастыратын барлық нәрсені өндіруді меңзейді (Lefebvre, 1991).

Қазіргі кезде кеңістікті көпшілікке кең тараған технология мен

коммуникация торабынан тыс көзге елестету мүмкін емес. Бұл жағдай әртүрлі экономикалық, мәдени және саяси оқиғалар ықпалының тұлғаларға тікелей әсер етуіне себеп болуда. Сондықтан да жаһанның әр түкпірінде тіршілік кешіп жатқан адамдардың оқиғалардан әсер алу формалары әртүрлі болса да, сол оқиғамен қарым-қатынас құру үшін оқиға болған жерге барудың керегі жоқ. Осы себептен теориялық еңбектер зерттеушілерді кеңістікті қайтадан зерделеуге мәжбүр етуде. Кеңістікке тәуелді қарым-қатынастар мен интеракциялардың «жойылуы», «территорияның соңы» немесе уақыт пен кеңістіктің бір-бірінен ажырауы, «децентрализация» немесе белгілі бір кеңістіксіз, яғни адам баласының елсіз, жұртсыз қалуын сипаттайтын «детерриторизация» секілді ұғымдардың пайда болуына әсер етуде.

Әлемдік масштабта территориялық шектеулер маңызының әлсіреуі және интернеттің кең тарауы кеңістік ұғымының тым тар мәнмен сипатталғанын көрсетуде. Қазіргі адамдар әлемнің әр жерінде оқиғаларды дәл сол сәтінде біліп, бір сәтте толыққанды хабардар бола алады. Соңғы 30 жылда, әсіресе жаһандану үдерісінің күшеюінен саяси, экономикалық және, бәрінен бұрын, мәдени трансформациялар өте жылдам іске асуда. Бұл трансформациялардың негізінде жаңа коммуникация және ақпараттық технологиялардың, басқаша айтар болсақ, жаңа медианың дамуы жатыр.

Мануэль Кастельс жаңа медианың мәдени салаға ықпалы салдарынан әлем жұртшылығының «нетворк қоғамға» айналғанын, осылайша жаңаша түрдегі әлеуметтік трансформацияның бастау алғанын айтып өтеді (Castells, 2004). Кастельстің пікірінше, ақпаратты алғы жобаға шығаратын нетворк қоғамы – ақпараттық технологиялар ықпалымен белсенді болатын, ақпарат желілерінде қалыптасатын және дүниежүзінің барлық жеріне таралған жаңа әлеуметтік ұйымдық құрылым. Бұл құрылым мәдениет арқылы адамдар арасында интеракция қалыптастырумен қатар өндіріс, тұтыну және билік қатынастарына да ықпал етуде (Castells, 2009: 125). Ал Николас Гейн мен Дэвид Бир жаңа медианы түсінуде нетворк, ақпарат, интерфейс, архив, интеракция және симуляция секілді ұғымдардың зор маңызға ие болғанын және бұл ұғымдардың жаңа медиа технологиясы инфрақұрылымын құрайтынын алға тартады (Gane & Beer, 2008).

Осы технологиялық-әлеуметтік жайттар және бұған қосылған COVID-19 пандемиясы өткен шақ, бүгін мен келер шаққа баға беруімізге, келешегін болжауға ықпал етуде. Сондықтан күнделікті өмірімізде маңызды саналатын музыка өндіру/пайдалану тәжірибелеріміздің өзгеруі және осы өзгерістердің әлеуметтік ықпалы зерттеуге тұрарлық жайт. Бұған қоса, тәндік тұрғыдан арақашықтықтың сақталуы міндет болған бүгінгі кезде, психологиялық қиын кезеңде музыка экспириенстері арқылы ынтымақты (солидаритет) әлеуметтік рухтың әртүрлі әдістермен әлеуметтік медиа арқылы іске асуы да ғылыми тұрғыдан назар аударарлық. Бұдан ары COVID-19 пандемиясы кезінде Қазақстандағы музыка өндірісі мен пайдаланылуы формаларын талдауға тырысамыз.

COVID-19 пандемиясы кезіндегі Қазақстан музыка индустриясына қысқаша шолу

Қазақстан музыка индустриясы – креатив нарықтағы ең белгісіз сала.

Мұның басты себебі – елдегі музыка саласының тәуелсіздік алған жылдарда нарық экономикасы талаптарына сай бола алмауы немесе бейімделуге ықпал етер саяси-экономикалық жағдайдың болмауынан индустрия ретінде қалыптасу алғышарттарының құрылмауы; табысы кіріс ретінде бюджетке түспейтін той-бизнестің пайда болуы. Кей зерттеушілер той бизнестің 2000 жылдардың орта тұсында пайда болғанын айтады. Алайда бұл «бизнестің» 1990 жылдардың басында бұқаралық көңіл көтеру құралының біріне айналған Бауыржан шоу мен оның айналасына жиналған әншілерден (Нұр-Мұқасан тобы т.б.) және оңтүстік өңірлердегі Дәрібаевтар отбасы ансамблі секілді көптеген формациялардан бастау алғанын алға тартуға болады. Бұл жағдай елдегі жекеменшік «музыка еңбекшілерінің» салық төлеу секілді міндетті талаптарды орындамауына негіз болып, музыка индустриясының бюджеттік кірістен тыс, бейресми, иллегал түрде қалыптасуына әсер етті, сонымен қатар, жалпы, саламатты музыка индустриясының пайда болуын тежеді. Мысалы, Қазақстанда концерттік ұйымдар әлі күнге дейін мемлекет меншігінде. Жалпы саны – 32 (2020); 36 (2019) (Қара, Ұлттық статистика бюросы, 2020). Ал классикалық музыка мен ұлттық-этнографиялық музыка орындаушылары мемлекеттің қолдап демемеуімен «өмір сүріп» келеді.

Ал қоғамдық өмірде үйлену, қыз ұзату, сүндеттой және әртүрлі мерейтойлар өтетін, «тойхана» деп аталатын ғимараттар 2000 жылдардан бастап зор қарқынмен көптеп салынып, саны айтарлықтай жылдам арта бастады. Бұл жағдай популяр музыка саласындағы би музыкасы (dance music) және баяу музыка (slow music) жанрларының ішінде өзінше «той әндері» немесе «той музыкасы» деп аталатын субжанрдың тууына ықпал етті. Интеллектуалдар мен академиялық музыка қауымдастықтары көп ретте төмендететін, «азғындаудың» формасы деп қабылдайтын бұл музыка түрі айтылған көп сынға қарамастан жеңіл әуені мен оңай жатталатын формасы, ортасында танылған жұлдыздары (stars) арқылы бұқаралық көңіл көтеру орындарында ең көп тыңдалатын музыка түріне айналды.

Популяр музыка алаңында той әндеріне балама ретінде әртүрлі тәжірибелер болып жатыр. Тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан бастап, сапалы популяр музыка тудыру мақсатында Азия дауысы және Жас қанат сияқты байқаулар советтік мемлекеттік популяр музыка түсінігіне балама ретінде анағұрлым жаңашыл, батыл әрі ізденімпаз әншілерді шығарып, көпшілікке танытқан болатын. Бұл байқаулар көбіне әншінің дауыс диапазонын, ән формасын қоғамда қалыптасып қалған музыка үнінен (слух) асырып түсіруге итермелейтін және орындаушылық шеберлікті Батыстық импровизациялық перформанстарға бағыттайтын эксперименттерге сүйеніп, қоғамда жаңа талғам қалыптастыруға тырысты. Бұл кезеңде Мюзиккола, Urker, Дуэт-L және тағы басқа музыкалық топтармен қатар Медеу Арынбаев, Ерлан Көкеев, Қыдырәлі Болманов сынды әрі бойзбендтік (АБК) әрі жеке солистік жұлдыздар пайда болды. Дегенмен нағыз балама 2000 жылдардан бастап қалыптасты. Бұл кезеңде Хип-хоп, R’N’B, рок және рэп пайда болып, әртүрлі boys band-тар мен girls band-тар, Superstar.kz сынды TV live show стиліндегі конкурстық бағдарламалар елдегі балама популяр музыканың дамуына үлес қосты.

COVID-19 пандемиясы Қазақстан музыка индустриясына, әсіресе осынау той музыкасы саласындағы әншілер мен музыканттардың бизнесіне қатты соққы болып тиді. Пандемиядан бұрын медиада ең көп қаралатын, жеке өмірі әртүрлі оқиғалар контекстінде көрінетін той

әншілері пандемия кезеңінің басында жасырын өткізілген тойларға қатысып, басы дауға қалып немесе антивакциналық мәлімдемелерімен жұртшылық назарын өздеріне аудару арқылы ғана медиада көрініп жүрді.

Пандемия кезінде елдегі көптеген телеарна, соның ішінде, әсіресе мемлекеттік арналар бұған дейін қарапайым халыққа көрсетіле бермейтін кәсіби және академиялық музыка өнерін, театр қойылымдары мен опера, балет туындыларын экранға шығарды. Бұл көрсетілімдер тікелей немесе алдын ала жазылған бейнежазба арқылы көрсетілді.

Сонымен қатар Youtube желісінде, көптеген әлеуметтік медиада онлайн концерттер берілді. Бұл концерттер әншінің немесе инструментал музыка өкілдерінің жеке бастамасымен, республикалық, облыстық, аудандық тіпті ауылдық концерттік ұйымдардың ұйымдастыруымен өтті.

2020 жылы офлайн концерттер де өтті. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы (2020) мәліметтеріне сүйенсек, 2020 жылы республикада концерттік ұйымдармен бірге 1947 іс-шара өткізілген. Бұл жағдай 2019 жылы өткен 6882 іс-шарамен салыстырғанда 28,3%-ға кем. Бүкіл елаумағын алып қарар болсақ, концерттік ұйымдар өз аумағынан тыс жерлерде 405 концерт өткізген. Шетелдерге 3 гастрольдік сапар ұйымдастырылған. Ауылдық жерлерде 79 концерт өткізілсе, балаларға арналған 179 концерт немесе іс-шара өткен. Жалпы жағдай жалпы концерттер санының 9,2%-ына тең. Концерттік бағдарламаларды көруге келген көрермендер саны – 1427,4 мың адам болған. 2019 жылмен салыстырғанда, (2921,4) 25,7%-ға төмендеген. Оның ішінде өз аймағында өткізілген концертті көруге келген көрермендердің саны – 758,7 мың адам.

Пандемия музыкасының «көңіл күйі» және рөлі

2020 жылдың қаңтар айынан бастап әлеуметтік желілерде Қытай Халық Республикасы үкіметінің тапсырысымен түсірілген үрей тудырарлық әртүрлі видеолар тарай бастады. Бұл видеоларда COVID-19 вирусын жұқтырған адамдардың полиция күшімен үйге қамалып, есіктерінің шегеленіп жатқаны; дене қызуы жоғары болғанына қарамастан полицияға бағынбаған адамдарға қандай шара қолданылатыны, полицияның жаттығу шаралары; немесе ауруханада түскен науқастың көрпе астында дірілдеп жатқан көріністері бар еді. Адамдардың көпшілігі бұл видеолардағы оқиғалардың қойылым емес, шынайы өмір екеніне сенді.

Артынша адамдардың бұдан былай қалай амандасуы керек екенін әзіл арқылы түсіндіретін видеолар легі қаптап кетті. Ақпан айының соңына таман вирустың Италияда өршуі, оған қарсы жүзеге асырылған карантин шаралары музыканың алғаш рет COVID-19 дағдарысына қарсы тұру мен әлеуметтік солидаритеттің экспрессиясына айналуына себеп болды: Балкон концерттері. Бұл видеоларда адамдардың балконға шығып, бірге ән айтып немесе диджитал пианиносын шығарып, «Титаник» фильмінің танымал саундтрегін ойнаған көршісіне саксофонмен қосылған адамның бейнесі бар еді. Артынша танымал әншілер де балкон концертті шараларына «қатысты» немесе «ұйымдастырды».

Аластау

Қазақстанда осындай видеолар тарай бастаған кезде карантин шаралары қабылданды. Қазақстандық музыканттар ішінен COVID-19 әлемдік дағдарысына алғаш реакциясын білдірген әнші-композитор – Марат Омаров. Ол 2020 жылы 14 наурыз күні Instagram парақшасына «Коронавирус! Кет, кет, кет» деп аталатын туындысын жариялады (Омаров, 2020а). Осылайша қазақ музыкасы Президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың (2020а) «Қазақстан Республикасында төтенше жағдай енгізу туралы» қаулысынан бір күн бұрын елдегі пандемиялық ахуалға қатысты пікірін білдірді. Алайда Омаровтың аталған әні Қаулы жарияланған күннің кешінде әншінің Instagram парақшасында челендж ретінде қайта жарияланғаннан (Омаров, 2020b) кейін ғана көпшілік арасында Tik tok, Instagram, Facebook пен Whats app т.б. әртүрлі әлеуметтік медиа желілері арқылы танымал болды. Өйткені Омаров әнін бірінші рет жариялағанда, бір ғана шумағын айтқан болатын. Қайта толықтырып жариялағанда, ән мәтінінде оңай жатталатын, күлкілі де жағымды әсер қалдыратын сөздер бар екені аңғарылды. Басқа платформаларға тарату санын қоспағанда, бірінші пост бір жылдың ішінде 32820 рет қаралса, екінші пост 1.013.851 рет қаралған. Бірнеше күн ішінде әлеуметтік медиа қолданушылары аталған әннің көптеген cover нұсқасын жасап шығарды, ән видеомемдерге тақырып болды және карантинге қарамастан өткізілген той әніне айналды. Тіпті ән шыққан соң, екі күннен кейін әннің караоке нұсқасын ән ноталарын жазып сағататын және танымал өндердің караоке нұсқаларын дайындаумен айналысатын ресейлік сайт Youtube платформасында жариялады (MnogoNotka.Com, 2020). Бұл нұсқасы бүгінге дейін 2.367.254 рет қаралған.

Омаров (2020с) өзінің Instagram парақшасында жариялаған кейінгі постында бұл әнді елді сабырға, тыныштыққа шақыру, ауруды аластау үшін жазғанын айтқан. Омаровтың бұл жеңіл әніне көп сын айтылса да, алғашқы күннен-ақ тез жатталып, балалар мен ересектер арасында әзілге арқау болып, көп айтылып, жиі-жиі қайыра айналып айтылатын өндердің біріне айналды. Ең бастысы, Омаровтың әнді жазудағы негізгі мақсатының бірі – «аластау» рәсімін қоғам дұрыс түсініп, хабарламаны кодтаған адамның коды дұрыс ұғымға ие болды.

Аластау дегеніміз – түрік халықтарының Исламнан бұрын қалыптасқан діни жоралғысының бірі. Түркітанушы-фольклорист Абдулкадир Инан (İnan, 1986: 68), шаманизмнің наным-сенімі бойынша от барлық нәрсені тазалайтын, жаман рухтарды жолатпайтын элемент екенін жазады. Ғалымның пайымынша, түрік билеушілері алдына келген елшілер, алдымен, от үстінен аттап «тазаланған». Бұл дәстүр елшілердің бойында жамандық болса, одан от тазартады деген түсініктен туған. Ал осы рәсім қазіргі мұсылман түрік халықтарында сақталып қалған. Мысалы, башқұрттар мен қазақтар майлы шүберекті отқа жағып, ауру адамды «алас, алас» деп айналады. Мұны «аластау» деп атайды. Бұл жоралғы Анадолы түріктерінде «алазлама» деп аталады, яғни отпен тазалау деген мағынаға жақын. «Алас» сөзі Алтай түріктерінің шамандық дұға-тілектерінде көптеп кездеседі. Якут халқының қамалары (шамандар) жаман рухтарды отпен «қуу» барысында «алиас-алиас» деп айғайлайды.

Омаров «Коронавирус! Кет, кет, кет» әні от жөнінде айтпаса да, аластаудың бір белгісі – функционал мақсаттарының бірі – аластау жоралғысына сүйенгенін көруге болады. Бұл жағдай өзіміз мақаланың

басында айтып өткен Дүркхеймнің «адамдардың ойлау формасы өздері туып-өскен мәдени формалар және ұғымдар арқылы қалыптасады» деген пайымын растайды. Бұл тұрғыдан қарар болсақ, уақыт пен кеңістік сияқты негізгі ойлау категорияларының да әлеуметтік және мәдени негізге сүйенетінін, өзге де адами өнімдер секілді мәдени және өнер феномендерінің де қоғам немесе қоғамның мәдениеті тарапынан қалыптастырылған адам санасының өнімі екенін, олай болса, өнердің де өз қоғамының репрезентанты екенін айтуға болады. Басқаша айтар болсақ, ұжымдық сана өнер адамының индивидуал санасына шағылысады. Ендеше осы ән арқылы тәуелсіздік алған 1990 жылдардан бастап, қазақ халқының өткенімен қауышып, өшкен, ұмытылған дәстүрін қайта жандандыра бастағанын байқаймыз; COVID-19 секілді бүкіл әлем халқы мен мемлекетіне қатты әсер еткен пандемия кезеңінің бастапқы кезінде-ақ Исламнан бұрынғы аластау рәсімінің музыка арқылы қайта оралғанын және оны қоғамның, бір жағынан, үрейді жеңу жоралғысы ретінде тез қабылдап, екінші жағынан, хит өнге айналдырып алғанын аңғарамыз.

Біз біргеміз

Пандемия кезеңінде музыканы елдегі саяси билік те қолданды. 2020 жылы 16 наурыз күні Президент Тоқаев (2020b) халыққа теледидар арқылы Үндеу жариялап, Үндеуін «Біз біргеміз!» деп аяқтаған болатын. Кейін осы тіркес Қазақстандағы COVID-19-ға қарсы күрестің негізгі ұранына айналды. 2020 жылдың 24 наурызында мемлекеттік «Хабар» телеарнасында музыкасын Ибрагим Ескендір, сөзін Сырым Әуезхан жазған «Біргеміз» деп аталатын әннің клипі көрсетілді. Ән мәтініндегі «Біз» деген сөзбен қазақ және түрік халықтары аталды. Қазақ (түрік) халқының тарихында соғыс, аштық секілді талай ауыртпалықтың болғаны, алайда ешқашан жеңілмегені туралы айтылды. Сонымен қатар «Біз – Күлтегінбіз», «Біз – Білге қағанбыз» деген сөздермен тарихи тұлғаларға да сілтеме жасалды. COVID-19 індеті бүкіл әлем халқының басына емес, қазақтың басына түскен ауыр жағдай сияқты суреттелді. Мұндағы бір жайт – клиптегі кейіпкерлердің бетперде тағу, арақашықтық сақтау талаптарын сақтамауы – пандемия кезеңінің негізгі талаптарына бағынбауы халық көзіне тосын көрініп, басқаша әсер қалдырды (Хабар агенттігі, 2020a).



Сурет-1. «Біргеміз» клипінің кейіпкерлері. (Хабар агенттігі, 2020a).

Бұл ән Қазақстан қоғамында кең тарап, тез танылды. Бір айға жетер-жетпес уақыт ішінде түркиялық музыкант Ирфан Гүрдал ән сөзін түрік тіліне аударып орындады, сондай-ақ клип ретінде өзінің Youtube парақшасында жариялады (Gürdal, 2020). Гүрдал Хабар агенттігіне берген сұхбатында Ибрахим Ескендірдің әнін түрік медиасы арқылы естігенін, туындының сөздерін ұнатқанын және Қазақстанды ғана емес, күллі түрік жұртына ортақ дүниелерді жазғаны үшін ұнатқанын, бұдан кейін туындыны түрік тілінде орындау идеясының туғанын айтады (Хабар агенттігі, 2020b). Осылайша бұл әнге қазақстандық қана емес, түрік халықтарына ортақ тұлғаларға жасаған сілтемесіне байланысты түркиялықтардың да назар аударғанын, Президент Тоқаевтың «Біз біргеміз» ұранының адамдардың ұлтшыл-түрікшіл сана-сезімін оятқанын байқап білеміз.

Хабар агенттігі Президенттің «Біз біргеміз» ұранын асқақтату үшін тағы бір тапсырысты – Төреғали Төреәлі мен Әбдіжаппар Әлқожа орындаған «Біз қазақтың баласы» атты әнді экранға шығарды. Ән мәтінінде COVID-19 індетіне қатысты ешқандай сілтеме жоқ. Алайда Хабар агенттігі бұл ән мен клиптің «Біз біргеміз» және «Үйден шықпа» деген ұранмен әзірленген 20-дан аса бейнеролик пен 2 клиптің бірі екенін алға тартады (Хабар агенттігі, 2020c & 2020d).

Хабар агенттігінің ұранмен байланысты арнайы дайындаған жобаларының бірі – музыкасы мен сөзін Арман Дүйсенов жазған «Мы вместе» әні. Орыс тілінде жазылған және Совет кезеңіндегі патриоттық әндер сарынындағы бұл әнді орыстілді әншілер орындады (Хабар агенттігі, 2020d). Жоғарыдағы екі ән қазақ (түрік) халқының тарихындағы қиын күндерді баяндаса, «Мы вместе» әні Отан ұғымына басымдық береді және барлық қазақстандықты осындай қиын сәтте бірігуге шақырады; бүкіл әлемдік COVID-19 пандемиясына қарсы күреске үлес қосып, күндіз-түні халық игілігі үшін жұмыс істеп жүрген дәрігерлерге, полицияға, әскери қызметкерлерге, дезинфекция жасаушыларға, еріктілерге және басқа да мамандарға жалпыұлттық қолдау көрсетеді.

«Біз біргеміз» дискурсына Qazaqstan телеарнасы да Ернар Айдардың «Біз біргеміз» атты әнімен үн қосты (Qazaqstan телеарнасы, 2020). Бұл ән де халық тарихында бұдан бұрын да зобалаң жылдар, ауыр азапты оқиғалар болғанын алға тарта отырып, қазақ трагедиясы арқылы COVID-19 індетіне қарсы тұруға үндейді. Осылайша Президенттің үндеуінен туған «Біз біргеміз» ұраны елдегі саяси билік ондаған жыл бойы жүзеге асыруға ұмтылып келе жатқан «қазақ болу» және «қазақстандық болу» секілді екі түрлі бағытқа сүйенетін кімдік (identity) саясатын қайта жаңғыртты.

«Біз біргеміз» науқанын әншілер мен қарапайым адамдардың көпшілігі қолдады. Олар ән немесе музыкалық шығармалар орындап, өзге әріптестеріне challenge жариялап отырды. Youtube платформасында #БізБіргеміз хэштегі бойынша 6800, ал #BizBirgemiz хэштегі бойынша 4500 музыкалық-арнау бар екенін анықтап білдік. Бұл музыкалық арнаулардан «Біз біргеміз» дискурсы арқылы аймақтық кімдіктерге – мысалы актөбелік, қостанайлық және т.б. – тіпті аудандық және ауылдық кімдіктерге де назар аударылғанын байқауға болады.

Карантин, осал әлем және жалғыздық

Төтенше жағдай нәтижесінде бүкіл әлемнің карантин шараларын қабылдауы адам арасында психологиялық ауытқу ауруларының көбеюіне

себеп болды. Солардың бірі – жалғыздық сезімі. Басқаша айтар болсақ, эпидемия адамзат баласының ең осал тұсына салмағын салды. Ендігі жерде барлық адам вирус алдында осал. Осал болу – біреуден вирус жұқтырып алу ықтималдығымен ғана байланысты емес, сонымен қатар тәндік және әлеуметтік өміріміздің өткізгіш (porous) және адамдардың өзара тәуелді болу мінезін де сипаттайды (Butler & Yancy, 2020: 483).

Біз әуел бастан басқалар әлеміне тәуелді боламыз. Бұл тәуелді болу жағдайымыздан ересек өмірге қадам басу арқылы арыла қалмаймыз. Тіршілік ету үшін қоршаған ортадан, әлеуметтік дүниеден және жақын контактіден әсерленеміз. Бұл әсер алушы және өткізгіш (porosity) осалдық біз қалыптастырған әлеуметтік өмірді сипаттайды. Мысалы, мен басқа бір адам шығарған деммен ауа жұтамын, ал мен шығарған деммен басқа адам демалып жатады. Мен бір адамның зат үстінде қалдырған ізін басамын және бұл ізді басқа бір зат үстіне қалдыра аламын немесе өз денеме жабыстыруым мүмкін. Адам жұтқан ауамен басқа адамдар да, жануарлар да демалады. Өзгелердің денесі тиіп өткен жерге менің де денем тиеді. Осындай өзара және тәндік алмасу формалары қалыптасқан әлеуметтік өміріміздегі осалдығымыз, өзара өткізгіш болуымыз және өзара тәуелді болуымыз туралы маңызды өлшемді сипаттайды (Butler & Yancy, 2020: 483). Сөзін Исраил Сапарбай, музыкасын Мақсат Жәутіков жазған «Дімкәс қала» атты ән адамның осы осалдығын жырлайды. Жұбаныш Жексенұлы мен Мақсат Жәутіков (2020) орындаған ән 2020 жылдың 15 сәуірінде Youtube желісінде жарияланды. Ән сөзінің авторы Сапарбайдың осы және өзге де өлеңдері 27 сәуірде Egemen Qazaqstan газетінде жарық көрді және сөз авторы осалдық, дімкәстік туралы мәселеге жауап іздеуде екіұшты ойда екенін білдіріп, өлеңдері жөнінде былай дейді:

«Ащылы-тұщылы өмір болған соң, пешенелі пенденің басында әрқалай сын-сынақтар әр мезгіл-мезетте өтіп жататыны Хаққа аян. Бұл табиғи құбылыс па әлде кездейсоқ кесір-кесапат па? Әліптің артын бағу бізге тән. Міне, күллі адамзат қауымы қазір дәл осы бір хал-ахуалды басынан кешіріп жатыр. «Қияметқайымды мен емес, пендемнің өзі жасайды...» деген жалғыз ауыз сөз Алла ақиқаты ма әлде, хадис қағидаты ма? Оны да кесіп-пішу біздің еншімізде емес. «Жаппарқұлға жан нәсіп» демекші, ес жиып, етек басу әрекетіндеміз. Әрі қарай әуремізден тиылып, тәубемізге келіп жатсақ – «Ештен кеш жақсы». Кешелі-бүгін өмірге келген төмендегі өлең өрімі де осы көңіл күйді алға тартады...» (Сапарбай, 2020).

Марат Балмырза (2020) орындаған «Төтенше жағдай» деп аталатын ән де адам баласының осы осалдығын көркем жеткізеді. Әнді орындаушы да, әннің инструментал сүйемелі де ғашығын сағынып, жалғызсыраған адамның драмалық жағдайын ауыр мұңды күймен емес көңілді күймен жеткізуге тырысқан. Бұл карантин кезінде онсыз да көңіл күйі жоқ тыңдарманды одан әрі түңілдірмеу керек деген мақсаттан туған болуы мүмкін.

Маска

Айқын Төлепберген – маска тағуға байланысты реакциясын бірінші білдірген әнші. Ол Марат Омаровтың «Коронавирус! Кет, кет, кет» әні алғаш жарияланған күні, яғни 2020 жылдың 14 наурызында өзінің «Сендей ару жоқ» атты әнінің сөзін «Сендей ару жоқ, ауруға қарсы қару жоқ, көріп тұрсың ғой, аптекада масканың бітіп жатқанын, маска вообще жоқ» деп

өзгертіп, Instagram парақшасында жариялаған. Алайда Айқынның бұл посты 151 543 рет қаралған, одан ары өскен жоқ. Омаров әні секілді хит бола қоймады. Дегенмен өзінен кейінгі маска туралы әндерге ізашар болғаны анық.

Айқын Төлепбергеннің маска жайындағы әзілінен кейін маска тақырыбы Қуаныш Спановтың «Қызыл көйлек» атты әнінің сөздерін өзгерткен Асан Пердешов пен Жандарбек Жұманов орындаған «Қара маска» атты әні арқылы қайта көтерілді. Бұл ән 2020 жылдың 24 шілдесінде интернет арқылы тарады. Әнде масканың қоғамдық және жеке күнделікті өмірдегі орнына драмалық тұрғыдан баға берілген. Карантин салдарынан туған жалғыздық сезімі мен жұмыссыздық мәселесі де қозғалады. Алайда тыңдарманға «бұл күндердің де өте шығатыны» айтылып, көңіл күйін түсірмеуге шақырады. Сонымен қатар Құдайдан бар Алашты қолдауын тілейді (Пердешов & Жұманов, 2020).

Маска мәселесі КешYou тобының «Между нами любовь» атты әнінде сүйген жарын өзіне қорған етудің метафорасы ретінде сипатталады. Сонымен қатар COVID-19 вирусы мен карантин туғызған оқшаулану ұғымына былайша сілтеме жасайды: «Оқшауланшы тек менімен / Ауырамын сенімен / Сені сонша ма сүйгенім / Емге ерінем».

Алғыс

COVID-19-дың әлем халқына берген ең мықты сабағының бірі – дәрігерліктің құрметке лайық мамандық екенін ұқтыруы. Дәрігерлер бұл кезеңде адам емдеумен қатар өздері мен отбасы мүшелерінің өмірін де қатерге тігуге мәжбүр болды. Ендігі кезекте дәрігерге алғыс білдірген әндер шыға бастады. Бұл сарындағы алғашқы ән 2020 жылдың 30 наурыз күні жарияланған, Әлжан Нұрлыбек (2020) орындаған «Мың алғыс дәрігерлерге» деп аталады. Ал Асан Пердешов (2020) орындаған «Дәрігерлерге мың алғыс» әні 2020 жылдың 23 тамызында жарық көрді. Бұл екі әннің де жалпы мағынасы бір болғанмен, әсері екі бөлек. Әлжан Нұрлыбектің әні анағұрлым үміттендірерліктей көңілде әрі романтикалық сипатта болса, Асан Пердешовтің әні мұңды. Нұрлыбектің әні індетті бірге жеңу туралы және дәрігерлер бүгіннің батыры ретінде сипатталған; ал Пердешов бұл індетті Құдайдың сынақ ретінде жібергенін, адамдардың сабыр таныту керегі туралы айта отырып, ақ халаттыларға алғыс білдіреді.

Бұл әндердің тақырыбы бір, бірақ екі түрлі көңіл күйде болуының негізгі себебі – бірінші әннің Қазақстандағы індеттің бастапқы кезеңінде, ал екінші әннің бірінші толқыннан кейін тууы себеп болған болуы мүмкін. Карантиннің алғашқы күндерінде үкімет те, халық та індеттің 1-2 ай ішінде толығымен жойылатынына сенген еді. Алайда маусым айынан бастап елдегі жағдай ушығып, карантиннің ұзаққа созылатынын білдіргендей болды. Сондықтан да тамыз айында жарыққа шыққан әннің мұңды көңіл күйде болуының себебі осы болар деп білеміз.

Протест

2020 жылдың маусым айынан бастап Қазақстандағы COVID-19 жұқтырғандар саны жылдам көбейе бастады. Пандемияның басынан бері халықты індетпен күреске сақадай сай екеніне сендіріп келген Денсаулық

сақтау министрлігінің ауру жұқтырғандар саны көбейген кезде дәрі-дәрмектің жетіспеуі, ауруханаларда орын, вирусқа қарсы аппаратураның болмауы, жедел жәрдем көліктері мен медицина мамандарының жеткіліксіздігі мәселелерімен бет-бет келгенде, күреске дайын емес екені білінді. Оған қоса, пандемия кезеңінде министрліктің айналасындағы мекемелерде болған жемқорлық істерінің ашылуы ел азаматтарын үмітсіз күйге түсірді. Маусым айының екінші жартысынан бастап өлім-жітім хабарларының көптігінен Facebook әлеуметтік желісі көңіл айту платформасына айналды. Қайтыс болған азаматтарды жерлеуге байланысты мәселелер де халықтың ашу-ызасын тудырды. Оның үстіне 2020 жылдың 6 шілдесі күні Нұр-Сұлтан қаласының туған күніне үкіметтің отшашу атып тойлау әрекеті онсыз да терісіне сыймай өрең отырған халықты дүрк көтеріп, әлеуметтік наразылық шырқау шегіне жетті.

Пандемия кезеңі музыкасындағы протест атмосфера осы оқиғаға байланысты туды. Алдымен Instagram және Youtube қолданушысы Саян Сейдіғали өзінің парақшасында «Өтірік» атты әніне отшашу бейнеленген графикалық көріністер қосып жариялады. Бұл жаңа ән емес еді. Алайда автордың отшашу графикалық көріністерін қосып, әнге клип жасап, 7 маусым күні Instagram мен Youtube парақшаларында жариялауы билік әрекетіне наразылығының аса қатты болғанын көрсетеді. Сейдіғалидің (2020) блюз жанрында жазылған аталған әнінің сөздері мынадай:

Тарасайық енді / Көп сөз болып кетті / Алғашында сендім / Сөз түбіне жетті / Қайталай бермеші / Уәдеңе тойдым / Уақытым бар емші / Бақытымды жойдың / Өтірікпен өмір / Сүру қандай азап / Батыр болсаң көндірі / Дәл көзіме қарап / Көзіме қарашы / Көңілімді аулашы / Көндіріші, өтінем / Жүректі! / Сорлы қылдың мені / Бар ма мендей тағы / Сау болса да дені / Сынып қалған сағы.

Отшашу мәселесіне байланысты мықты музыкалық протесті Ирина Кайратовна тобының 2020 жылдың 29 желтоқсанында жарық көрген 5000 атты әнінің клипінен көреміз. Жалпы бұл әнге Қазақстанның модерн тарихында болған қайғылы оқиғалар мен тәуелсіздік жылдарында көзге түскен жемқорлық мәселелері арқау болған. COVID-19 пандемиясы кезеңінде ел үкіметінің сәтсіз басқаруын көрсету үшін 6 шілде күнгі отшашу оқиғасы қолданылған (Ирина Кайратовна, 2020). Аталған топтың бұл композициясынан бұрын жасаған вайндары арасында мизогиния мен хомофобия сипатында ғадауат тілді көзқарастар кездескен болатын және топ мүшелері қазірге дейін өкініш білдіріп, кешірім сұраған жоқ. Сондықтан осы демократиялық талаптары мен протест тілді шығармаларын жай ғана топтың PR акциясы және популист ұстанымы деп бағалауды жөн көрдік.

Әлеуметтік ортақ тәжірибе: Балкон концерттері

Әлем елдері карантин жариялаған соң, көп ұзамай Италия қалаларында, дәлірек айтсақ, 13 наурыз күні сағат 18:00-ден бастап, кейін «балкон концерттері» деп атала бастаған феномен пайда болды. Италия халқы осы бір әлеуметтік музыкалық тәжірибеге қосылу үшін балкондарына, терезелері алдына, үйлерінің шатырына шығып, ән айтты, ән тыңдады. Видеоға түсіріліп алынған бұл әлеуметтік тәжірибелер әлемді бір-бірімен жалғап отырған әлеуметтік медианы шарлады. Артынша Германия мен Франция халқы да осыған ұқсас шаралар «ұйымдастыра» бастады. Қиын

жағдайдағы Италия халқына қолдау білдіру мақсатында болса керек, Bella Ciao ең көп айтылған әндер қатарын бастап тұр. Испанияда фламенко көшені жаңғыртты, ал Голландия халқының балконынан әрі қуанышты әрі классикалық композициялар шарықтады (Schaap, Vandenberg & Berghman, 2020).

Еуропада бастау алған балкон концерттері Қазақстанда да жалғасты. Бұл концерттерде – рок, рок-н-ролл, классика, халық әндері, патриоттық әндер, тіпті Қазақстан Республикасының әнұраны – барлық жанр шығармалары шырқалды (Қара., Azattyq TV, 2020 & Матаева, 2020).

Қорытынды

Пандемия кезінде, 2020 жылдың наурыз айынан бастап музыкалық тәжірибе тұрғысында пайда болған немесе осы кезеңде бастау алған музыкамен тығыз байланысты әлеуметтік шараларды тізбектеп шығар болсақ былай болар еді:

- Instagram, Facebook және Youtube-та тікелей эфирде концерттер өтті;
- Spotify Қазақстанда қолданысқа енді;
- Zoom арқылы жанды немесе алдын ала жазылған концерттер қойылып, музыканттар репетиция жасады;
- Балкон концерттері болды;
- Виртуал фестивальдер өтті;
- Даталар базасы мен танымал музыка архивтері көпшілікке қолжетімді болды (опералар, музыканттардың деректі фильмдері, кітапханалар және т.б.);
- Ескі концерттік жазбалар көрсетілді (Берлин филармониясы, Метрополитен операсы, Корольдік опера театры сынды әлемдік маңызды мәдениет пен өнер орындары архивтерін онлайн платформаға ашты. Осының арқасында қазақстандық әнші-композиторлардың XX ғасырда Еуропаға жасаған гастрольдерінде жазылған перформанстарын тыңдау мүмкіндігі туды);
- Интернет арқылы музыкалық білім беру үдерісі пайда болды;
- Онлайн түрде тікелей эфирде ұйымдастырылған, көбіне жас музыканттар қатысқан концерттер (Қазақтелеком концерттері, 91 тобы баста әр түрлі әншілер мен топтардың *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* арқылы берген концерттері т.б.) өтті.
- Музыка қосымшалары шектеулі түрде ақысыз қолжетімді болды; (*Steinberg #StayHome Elements Collection* және т.б.);
- Музыка саласы бойынша әзірленген диссертациялар онлайн қорғалды;
- Музыкант *challenge*-дері іске асты;
- Музыканттармен виртуал кездесулер өтті;
- Музыкатану және музыка мамандары онлайн түрде симпозиум, конференция және сұхбат өткізді; жтб.

Бұлардың ішінде, әсіресе COVID-19 пандемиясын тақырып етіп алған шығармалардың назар аударарлық маңызға ие болғанын айту керек. Бұл композициялардың ұжымдық сананы қалай қалыптастырғаны немесе ұжымдық санадан қандай әсер алғанына келер болсақ, жалпы пандемия кезеңіндегі Қазақстан халқының сезімі мен ойын, тәжірибесі мен қайғысын нақты айшықтай алды деуге болады.

Өкінішке қарай, классикалық жанрдағы музыканттар COVID-19 індеті туралы композициялар тудырған жоқ. Сондықтан да Адорноның тұжырымындағы техникалық дамуды көру мүмкін болмады. Бұл, әрине, уақыттың еншісінде. Дегенмен елдегі популяр музыка саласы пандемия жағдайына қатысты реакциясын анағұрлым жылдам көрсеткенін айтып өткен жөн. Еңбегіміздің теориялық бөлігінде айтылған көзқарастардың ішінде, әсіресе Дүркхеймнің теориясында айтылған мәселелердің іске асқанын байқадық. Басқаша айтар болсақ, музыканың тотемдік сипат арқылы әлеуметтік функциясын атқарғанын байқадық.

Бұл жерде Ирина Кайратовна тобының 5000 атты әні мен клипіне, Хабар және Qazaqstan телеарналары тапсырысымен өндірілген әндер мен клиптерге Адорноның мәдениет индустриясы тұрғысынан қарау керек деп білеміз. Ирина Кайратовна тобының бұрынғы мизогиния мен хомофобияға толы скетчтері мен вайндерінен топ мүшелерінің қоғамдық пікірді үнемі қадағалайтынын, қоғамдық пікір қандай болса, топтың контентті де солай қарай бейімдейтінін байқауға болады. Соңғы жылдары айтылып жүрген қоғамдық пікірден көпшіліктің Совет кезеңінде ел басқарған Дінмұхамед Қонаевты әділ, ұлтын сүйген көшбасшы деп білетінін, ол туралы жағымды дискурс қалыптасып келе жатқанын аңғаруға болады. Сонымен қатар Алаш Орда көсемдерін ұлт көсемдері ретінде көретін ұстаным да жиі байқалуда. Яғни Ирина Кайратовна тобының қоғамның барлық тобында, мейлі демократтар, мейлі ұлтшылдар немесе либералдар болсын, қоғамда жағымды түрде қабылданатын тақырыпты тауарға айналдырғанын, осылайша құндылықтарды тауар ретінде сатқанын байқауға болады. Сондықтан отшашу оқиғасына білдірген реакциялардан топтың позициясын емес, қоғамның бұл оқиғаға деген реакциясының тауарға айналған популист халін аңғару қиын емес. Бұл тұрғыдан қарасақ, Ирина Кайратовна тобының мизогиния және хомофобияға толы еңбектерінің себептері – патриархал қоғамның құндылықтарын тауарға айналдыру әрекеті де анық көрінеді.

Ал Хабар және Qazaqstan телеарналарының арнайы тапсырысымен жасалған «Біз біргеміз» ұранындағы әндер мен клиптерден аталған телеарна мекемелерінің пандемия кезеңіндегі Президент пен үкіметтің саяси дискурстарын популяр музыканың, яғни мәдениет индустриясының қолына тапсырып, идеологияға айналдыру талпынысын көруге болады.

Қазақстандағы дәстүрлі және жаңа медиа қолданысы мәселесіне келер болсақ, музыкалық шығармалардың телевизия арналары және жаңа медиақұралдар арқылы тарап жатқанын айта кеткен жөн. Ендеше Қазақстанда пандемия кезеңінде дәстүрлі медиа да, жаңа медиа да бірдей маңызға ие болған деп тұжырымдауға болады.

Сонымен қатар COVID-19 әлем елдеріне тарала бастағанда, эпидемияның қаупін сезген үкіметтер қауіптен сақтану шараларын қолға алып, қоғамнан белгілі бір талаптарды ұстануды талап етіп, орындалуына күш жұмсады. Мұндай шаралар Қазақстанда да қабылданды. Қазақстан қоғамы әртүрлі реакциясын білдіріп жатты. Бұл реакцияларды вирус

қауіпті, сол үшін де сақтану керегінен вирус қаупін ескермеуге дейінгі; әлеуметтік күйзеліске ұшырату уайымынан Тәңірдің жазасы деп түсінуге дейінгі; адамның қоршаған ортаға қарым-қатынасынан рухани деградация сындарына дейінгі деп, бірнеше типке бөлуге болады. Бұл реакциялар әртүрлі деңгейде, түрде байқалып жатты. Музыка осы реакцияны білдірудің бір тәсілі ретінде қызмет етті.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Adorno W. Theodor (1964). Versuch über Wagner, Münih & Zürich: Knauer.
2. Adorno, Theodor (2009), "On Popular Music", Cultural Theory and Popular Culture: A Reader ішінде, 4-басылым, John Storey (Құраст.), Harlow: Pearson Education, 197-209.
3. Adorno, Theodor W. (1975). "Culture Industry Reconsidered." Anson G. Rabinbach (Ағыл. ауд.), New German Critique, 6 (Autumn): 12-19.
4. Adorno, Theodor W. (1978). "On the Social Situation of Music." Wes Blomster (Ағыл. ауд.), Telos, 35: 128-164.
5. Ayas, Güneş (2015). Müzik Sosyolojisi: Sorunlar-Yaklaşımlar-Tartışmalar, İstanbul: Doğu Kitabevi.
6. Azattyq TV (2020). Алматылықтардың балкондағы концерті. <https://www.azattyq.org/a/kazakhstan-almaty/30505092.html>
7. Bourdieu, Pierre (1989). "Social Space and Symbolic Power", Sociological Theory, 7(1), 14-25.
8. Bourdieu, Pierre (1993). Sociology in Question. Richard Nice (ауд.), London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
9. Buchanan, Ian & Lambert, Gregg (2005). Deleuze and Space. Edinburgh: Edinburgh University Press.
10. Butler, Judith & Yancy, George (2020). "Interview: Mourning Is a Political Act Amid the Pandemic and Its Disparities (Republication)". Journal of Bioethical Inquiry, 17: 483–487.
11. Castells, Manuel (2004). "An Introduction to the Information Age", The Information Society Reader ішінде, Frank Webster (құраст. ред.), London: Routledge.
12. Castells, Manuel, (2009). "The Rise of the Network Society : Volume I: The Information Age: Economy, Society, and Culture", London: Blackwell Publishing
13. Çoker, Çağatay (2020). "Görüş III. Salgın Zamanlarına Psikoloji İçinden ve Ötesinden Bakmak: Farklı İsimler, Farklı Perspektifler." Psikoloji ve Toplum, 10 (Мамыр): 17-20.
14. Durkheim, Emile (2005). Dini Hayatın İlkel Biçimleri. Fuat Aydın (Түпик т. ауд.), İstanbul: Ataç Yayınları.
15. Ergur, Ali (2018). "Büyük Unsuru Olarak Müzik." <https://www.sanattanyansimalar.com/yazarlar/ali-ergur/buyu-unsuru-olarak-muzik/1754/> Қаралған күн: 02.06.2021.
16. Gane, Nicholas & Beer, David (2008). New Media: The Key Concepts. Oxford & New York: Berg Publishers.
17. Gürdal, İrfan (2020). Biz Beraberiz. https://www.youtube.com/watch?v=e-vr_Jsdy9o Қаралған күні: 09.06.2021
18. Güven, Uğur Zeynep & Ergur, Ali (2014). "Dünyada ve Türkiye’de müzik sosyolojisinin yeri ve gelişimi." Sosyoloji Dergisi, 3. Dizi, 29. Sayı, 2014/2: 1-19
19. İnan, Abdülkadir (1986). Tarihte ve Bugün Şamanizm: Materyaller ve Araştırmalar. 3-басылым, 2-том, Анкара: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
20. Lefebvre, Henri (1991). The Production of Space. Donald Nicholson-Smith (ауд.), Oxford (UK) & Cambridge (USA): Blackwell.
21. Lefebvre, Henri (2004). Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life. Stuart Elden & Gerald Moore (ауд.), New York: Continuum.
22. MnogoNotka. Com (2020). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.youtube.com/watch?v=S10un3gn7wA> Қаралған күні: 09.06.2021

23. Nussbaum, Charles O. (2007). *The Musical Representation: Meaning, Ontology, and Emotion*. Cambridge & London: The MIT Press.
24. Qazaqstan телеарнасы (2020). Біз біpremiz. <https://www.youtube.com/watch?v=eM3BBBoG9KPQ>
25. Saldanha, Arun (2017). *Space After Deleuze*. London: Bloomsbury Academic.
26. Schaap, Julian., Vandenberg, Femke & Berghman, Michaël (2020). “Balkonconcerten, lockdownsessies en quarantunes: muziek als sociale geleider tijdens de COVID-19-pandemie”. *Tijdschrift Sociologie*, 1: 101-114.
27. Schopenhauer, Arthur (1969). *The World as Will and Representation*, Vol. I., E.F.J. Payne (ауд.), New York: Dover.
28. Storey, John (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. 8-басылым, London and New York: Routledge.
29. Walter, Benjamin (2007). “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction.” *Illuminations* ішінде, Hannah Arendt (Құраст.), Harry Zohn (Ағылш. т. ауд.), 2-басылым, New York: Schocken Books, 217-252.
30. WHO. Constitution of the World Health Organization <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/EN/constitution-en.pdf?ua=1>
31. Yergebekov, Moldiyar (2011). “Klasik Batı Müziği Bağlamında Theodor Wiesengrund Adorno'nun Müzik Estetiğinin Türkiye'de Alımlanması”. *Zamanın Tozu: Frankfurt Okulu'nun Türkiye'deki İzleri* ішінде, D. Beybin Kejanlıoğlu (құраст.), Ankara: De Ki Yayınları, 497-524.
32. Балмырза, Марат (2020). Төтенше жағдай. <https://www.youtube.com/watch?v=E-8jvzSB5E0>
33. Вебер, Макс (1994). “Рациональные и социологические основания музыки”. Макс Вебер: Избранное. Образ общества ішінде, А.В. Михайлов (ауд.), Москва: Юристъ, 469-550.
34. Гайдено, Пиам (1976). “Идея рациональности и социология музыки М. Вебера”. *Кризис буржуазной культуры и музыка* ішінде, Лев Раабен (құраст.) Мәскеу: Музыка, 7-48.
35. Жексенұлы, Жұбаныш & Жәутіков, Мақсат (2020). Дімкәс қала. <https://www.youtube.com/watch?v=ffW9vL43cNg> Қаралған күні: 09.06.2021
36. Ирина Кайратовна (2020). <https://www.youtube.com/watch?v=Jk7Ff9s2nkw> Қаралған күні: 09.06.2021
37. Матаева, Райхан (2020). Дариға-дәурен. <https://www.facebook.com/100015077494827/videos/849109598934949> Қаралған күні: 09.06.2021
38. Нұрлыбек, Әлжан (2020). Мың алғыс дәрігерлерге. https://www.youtube.com/watch?v=qCaO_gwrjWA Қаралған күні: 09.06.2021
39. Омаров, Марат (2020a). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.instagram.com/p/B9tubJLFvF/> Қаралған күні: 09.06.2021
40. Омаров, Марат (2020b). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.instagram.com/p/B9qBabJFBAZ/> Қаралған күні: 09.06.2021
41. Омаров, Марат (2020c). Коронавирус! Кет, кет, кет. https://www.instagram.com/p/B9yOGJ_Fgn/ Қаралған күні: 09.06.2021
42. Пердешов, Асан & Жұманов, Жандарбек (2020). Қара маска. <https://www.youtube.com/watch?v=LHYs-FXhWpc> Қаралған күні: 09.06.2021
43. Пердешов, Асан (2020). Дәрігерлерге мың алғыс. <https://www.youtube.com/watch?v=OLDpMfoA7uU> Қаралған күні: 09.06.2021
44. Сапарбай, Исраил (2020). “Жүрегімнің түбінде шүкіранам...” *Egemen Qazaqstan*. <https://egemen.kz/article/231952-israil-saparbaj-zhuregimninh-tubinde-shukiranam> Қаралған күні: 09.06.2021

45. Сейдіғали, Саян (2020). Өтірік. <https://www.youtube.com/watch?v=VX2O8fCc3eo> Қаралған күні: 09.06.2021
46. Тоқаев, Қасым-Жомарт (2020а). «Қазақстан Республикасында төтенше жағдайды енгізу туралы» Қаулы, 2020 жылғы 15 наурыз, https://www.akorda.kz/kz/legal_acts/decrees/kazakstan-respublikasynda-totenshe-zhagdaidy-engizu-turaly Қаралған күні: 09.06.2021
47. Тоқаев, Қасым-Жомарт (2020а). «Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың телевизиялық үндеуі». 2020 жылғы 16 наурыз, https://www.akorda.kz/kz/speeches/internal_political_affairs/in_speeches_and_addresses/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyн-televiziya-lyk-undeuі Қаралған күні: 09.06.2021
48. Төлепберген, Айқын (2020). Сендей ауру жоқ. https://www.instagram.com/p/B9uRDRXlxLe/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again Қаралған күні: 09.06.2021
49. Ұлттық статистика бюросы (2020). Мәдениет статистикасы. <https://stat.gov.kz/official/industry/21/statistic/6> Қаралған күні: 09.06.2021
50. Хабар агенттірі (2020а). Бірлеміз. <https://www.youtube.com/watch?v=Oukm9aiCZFw> Қаралған күні: 09.06.2021
51. Хабар агенттірі (2020b). Түркияда «Біз бірлеміз» әні жаңа форматта орындалды. <https://www.youtube.com/watch?v=MKQX5cMokzA> Қаралған күні: 09.06.2021
52. Хабар агенттірі (2020c). Біз қазақтың баласы. <https://www.youtube.com/watch?v=-FPlh6DjBn4> Қаралған күні: 09.06.2021
53. Хабар агенттірі (2020d). Мы вместе. <https://www.youtube.com/watch?v=RkXI3KBSxU4> Қаралған күні: 09.06.2021

ПАНДЕМИЯ (COVID-19) КЕЗІНДЕГІ ҚАЗАҚ ӘЗІЛ: ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИНТЕРНЕТ ПАЙДАЛАНУШЫЛАРДЫҢ МЕМДЕРІ

Дана Уразова & Ділдар Сердалы

Кіріспе

Қытайдың Ухань қаласында анықталып, дүниежүзіне тараған COVID-19 вирусы әлем елдерін күтпеген жерден тығырыққа тіреп, біраз әуреге салды. Жер жүзінің түкпір-түкпірінен жайсыз ақпараттар легі ағылып келіп жатқан шақта қоғамның реакциясы әзіл-оспақ түрінде көрініс тапты, цифрлық технологиялар жаппай қолданылып жатқан қазіргі заманда оның интернет-мем деген жаңа формасы да пайда болды.

Коронавирус жайлы интернет-мемдерді зерттеудің өзекті болуының бірнеше себебі бар. Ең алдымен, көп адам түрлі әлеуметтік желіні пайдаланып (Twitter, Facebook, Instagram), әлеуметтік мәселелерге қатысты суреттер мен мәтіндерді өзгелерге жолдап отыратын болды.

Бұл жұмыстың мақсаты – Қазақстандағы интернет пайдаланушылардың карантин кезінде ойлап тапқан, иллюстрация жасаған мемдерін зерттеу арқылы олардың COVID-19 туралы пікірін білу. Пайдаланушылардың қай тақырыпқа жиі көңіл бөлгенін және қандай жайттарға назар аудара қоймағанын анықтау.

Біз бұл мақалада Қазақстанда COVID-19 пандемиясы кезінде – 2020 жылғы наурыз айынан бастап, тамыздың ортасына дейінгі аралықта көп тараған мемдерді талдаймыз. Осылайша мемдердің саяси және әлеуметтік зерттеулер жүргізуде пайдалы құрал екенін, мем арқылы дағдарыс кезіндегі қоғам реакциясын аңғаруға болатынын көрсетпекпіз.

Зерттеудің теориялық негізі – Ролан Барттың семиологияға қатысты тұжырымдары және Франкфурт мектебі мен мәдениеттану саласының сыни пайымдары.

Бұл зерттеудің мақсат-міндеттерін мынадай бірнеше сұрақ арқылы айқындап беруге болады:

- 1) Қазақстандық мемдер қаншалық саяси сипатқа ие?
- 2) Қазақстандық мемдер қозғайтын/қозғамайтын тақырыптар қандай?
- 3) Қазақстандық мемдердегі «мен» және «өзге біреу» деген кімдер?
- 4) Қазақстан интернет сегментінде ксенофобиялық және нәсілшілдік сипаттағы мемдер кездесе ме?

Биологиядан коммуникацияға дейін: мемдер

Бірінше суретте той жасаймын деп жанталасқан қарапайым қазақ азаматы бейнеленген: бейшараның алдынан COVID-19 вирусы кесе-көлденең шыға келген, ал артынан әзәзіл тартып жібермей тұр. Бұл суретті әлемдегі және елдегі алаңдатар оқиғаларға мысал ретінде сан мәрте таратып, пікір білдіргендер көп болды. Әлемдегі жағдайдың сұмдық кейіпке енгені соншалық – адамдар сол бұл жайтқа жауапкершілікпен, қалжыңсыз қараудан бас тартты. Жұрт жағымсыз жаңалықтарға жауап ретінде әзіл-қалжыңға ден қойды, әзілдің сондай түрін қазір интернет-мем деп атайды.



1-сурет. @muratdilmurov, «Той жасаймын!»

«Мем» дегенді естігенде, бірден интернеттегі күлкілі, қызықты кескіндер мен видео елестейді. Бұл терминнің биологияға қатысы бар екені ойымызға да келмейді. «Меметика» терминін 1976 жылы биолог-эволюционист ғалым Ричард Докинз «The Selfish Gene» атты танымал кітабында ұсынған. Ол мәдени ақпарат дами келе, имитация (ұқсату, еліктеу) арқылы адамнан адамға беріледі деген теорияны алға тартты (Докинз, 2016).

Докинзтің айтуынша (2016), адам өзге біреуге еліктеп, соған ұқсауға тырысқанда имитаторға (еліктеген адам), балаға көзінің түсі көк болатыны ата-анасының гендері арқылы берілетіндей, мем беріледі. Меметика Дарвиннің эволюция теориясының тұжырымдарына сүйенеді. Мұндағы мемдер гендер тәрізді бәсекелеседі, көбейеді, дамиды.

COVID-19 пандемиясы тұсында әлеуметтік желілерде (Twitter, Facebook, Instagram) тараған мемдер көп болды. Осы ретте айта кетерлік жайт, әртүрлі әлеуметтік желілерде (Twitter, Facebook, Instagram) езу тартқызар мәтіндер жазылған сан алуан суреттер таралып, күрделі әлеуметтік мәселелерді сөз еткендер де аз болмады. Дағдарыс кезінде адамның жасымай, ұдайы еңсесін көтеріп жүруі оңай емес. Карантин кезінде оқшауланып, жұмыссыз қалған, аман қалудың қамын ойлаған адамдар күйзеліске түспеу үшін бір-біріне әзіл-қалжың айтып, көңіл көтере бастады. Коронавирус пандемиясы кезінде енгізілген шектеу шараларының арқасында адамдардың бос уақыты да көп болды. Күрделі қосымшалар қолжетімді болған сол шақта әлемде COVID-19-ға қатысты

мемдер де көп тарала бастады. Белең алған бұл құбылыс әлеуметтік желілер бетін (Twitter, Facebook, Instagram) жайлап алды.

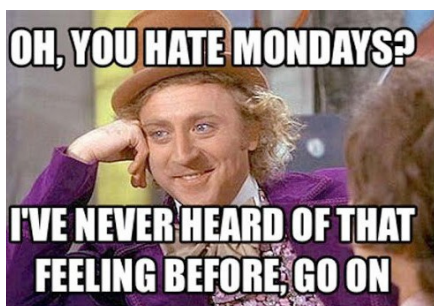
Мемдердің шығу тарихы және олардың жанрлары

Докинз сипаттап берген мем (Докинз, 2016) соған ұқсас баламадан өзгеше. Атап айтсақ, ғалым мемді – тіршілігін жалғастыру мақсатында өсіп-өнуге, көбеюге ұмтылатын мәдени бірлік деп таныған. Докинзтің түсінігіндегі мемдер жаратылысынан өзімшіл әрі зәрлі келеді, олар жекелеген ақыл иелерін улап үлгеріп, сол ақылды өзінің өсіп-өнуіне қажетті құрал ретінде қолдану жолында бәсекеге түседі. Докинзтің мемдері қарапайым әрі түсінікті: мысалы, ұрандар, тірек сөздер, дағдылар және т.с.с. Эволюцияға қажетті гендер сияқты, олар да мем метафорасына барабар (Докинз, 2016).

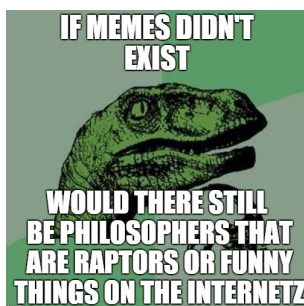
Келесі онжылдықта сол ген жай ғана метафора болудан қалды. Докинзтің теориясын негізге алған Дуглас Хофштадтер оның әлдеқайда практикалық сипаттағы нұсқасын жасады.

Мемдерге дыбыстық әрі визуалдық бәсеке тұрғысынан назар аударған ғалым мемдердің гендерден ерекшелігі сол – «радио, телевизия, жарнама баннерлері, газеттер мен журналдардың» бәсекелесіне айналады деп топшылаған (Hofstadter, 1983).

Мемнің лингвистика, психология және философиямен сабақтасқан тарихы өте терең. Ал заманауи мағынасы бұрынғысынан айтарлықтай өзгеше жанрды сипаттайды. Соңғы кезде мем ұғымы академиялық ортадан тыс салаларда жиі ұшырасатын болды. Интернет мәдениетінің дамуы мен әлеуметтік желілерде (Twitter, Facebook, Instagram) интернет-мемдерді үздіксіз тарату үрдісі қатар жүрген. Instagram мен Facebook пайдаланушыларының көбі мемдерді күнде көреді немесе өзі таратады. Маңғаз Вонка (Reddit user chicanowillbeours, 2011. 2-сурет.) мен Ойлампаз Раптор (blog Smosh, 2010, 3-сурет.) – адамға «сөзшең вирус» жұқтырмайтын макро мемдер. Олар Докинз сипаттаған мемдерден ерекше, мәдени дамудың катализаторы қызметін атқарады (Wiggins & Bowers, 2014). Интернет-мемдерді зерттеуге қызығушылық танытқан ғалымдар оларды өз алдына бөлек қызмет саласы әрі әлеуметтік желілерге (Twitter, Facebook, Instagram) тән жанр деп біледі. Біраз ғалым мемдерді цифрлық мәдениетті түсіну үшін зерттеп жүр. Алайда олардың талдауына арқау болған мемдер Докинз пен Хофштадтер суреттеген, зерттеген мемдерге ұқсамайды. Лимор Шифман атап өткендей, мем «қазіргі заманғы цифрлық мәдениеттің қараңғы қалтарыстарына жарық түсіретін призма ретінде» жұмсалуда (Shifman, 2012).



2-сурет.



3-сурет.

Цифрлық және интернет-мәдениетті зерттеушілер қолданатын мем эволюционист биолог ғалымдар қолданатын мемге біршама ұқсас. Дегенмен бұлекеуінің айырмашылығы да бар. Цифрлық сала зерттеушілері мемді Докинз айқындап берген мағынада – метафора ретінде жұмсайды (Wiggins & Bowers, 2014). Шифманның (Shifman, 2012) пайымынша, «адам факторы – мемдерді концептуализациялаудың ажырамас бөлігі, олар адам жасаған технологиялық, мәдени және әлеуметтік таңдауға жауап ретінде таралады».

Кейбір мем жанрлары (www.thedailystar.net, 2018):

1. Классикалық мемдер: аса өзекті болғандықтан немесе ерекше эмоциялық әсерге бөлейтін, ешқашан ұмытылмайтын фраза немесе кескін.
2. Трендерлер: біздің дәуірге тән мемдер. Мұндай мемдердің ғұмыры бір айдан аспайды, тез ұмыт болып, құрдымға батқандай жоғалып кетеді.
3. Ғажап соққы: бір-ақ рет болатын мемдер, ерекше көрікті, алайда кейін бұл мемді тағы да көруіңіз екіталай.
4. Әлеуметтік желілер: бұл да мемнің бір жанры – мысалы, Twitter-дегі әзіл-қалжыңның скриншотын жасап, оны Facebook, Instagram не басқа әлеуметтік желі парақшасында қайта жариялау.
5. Сериялар: бір образға не тақырыпқа сай құрылған мемдер жиынтығы.
6. Текше (ниша): белгілі бір аудитория ғана көре алатын жасырын мемдер.
7. Белгісіздік: ешқандай мағынасы жоқ. Мұндай мемді көргенде күлкіңіз келеді, бірақ неге күлгеніңізді білмейсіз.
8. Ерсі әзіл, фарс: трендердің өз-өзінен жалыққаны соншалық – күлкілі көріну үшін неге болса да әзір. Мысалы: менде ұлдың басының орнына фотошоппен әкесінің басы қойылған және «Папа, менің атым неге___?», «Папа, мен неге папамын?», «Өйткені папа», «Рақмет, папа», «Қош келдің, папа» деген мәтін жазылған мем бар. Тіпті орынсыз нәрсе, ақымақтық десек те болады, алайда еріксіз күлкі тудырады.
9. Комикстер: интернет-комикстер – бұларға әдетте қандай да бір қызықты оқиғаны суреттейтін 2–4 кескіннен тұратын, креолданған қысқаша мәтіндерді жатқызады.
10. Фанбаза: нақты бір телешоудан алынған каламбур немесе «Тақтар таласы», «Гарри Поттер», «Кеңсе» сияқты фильм кейіпкерлері бар бірдей кадрлар қолданылған мемдер.
11. Пайда: пайдалы мемдер жасауға бейім болу.
12. Білім беру: сапалы білім алудың өзі проблемаға айналған заманда адамның үш таңдауы бар: коучингке бару, өз бетімен оқып-үйрену немесе кәсіпкер жасөспірімдерге арналған икемді экономикалық мемдер немесе логарифмдік шкаласы бар математикалық мем сынды мемдер парақшасына жазылу.

Кең тараған интернет-мемдердің түрлері (memepedia.ru, 2020):

1. Визуалдық – барынша бұқаралық сипатта. Бұларға суреттер, макростар, демотиваторлар, эдвайстар, комикстер, құрбақа (фотожаба), фейстер мен т.с.с. жатады.
2. Аудиалдық – әндер, слогандар, ұрандар.
3. Мәтіндік – мәтін түріндегі кез келген сөз тіркестері, неологизмдер, тақпақтар, слогандар.
4. Аралас интернет-мемге визуалдық әрі аудиалдық белгілері бар видеомемдерді жатқызуға болады. Кейбір деректерге сай, аралас (креолданған) мемдерге мәтіні бар суреттер де жатады, өйткені олар визуалдық және вербалдық контентті бірдей қамтыған.

Бұл жұмыста тек визуалдық және мәтіндік мемдер ғана қарастырылады.

Мемдер семиологиясы

Мемдерді талдаудың бір әдісі – семиологиялық. Бұл ретте мемді, Ролан Барт пайымдағандай, миф ретінде қарастыруға болады. Барт озық қоғамның, тұтыну қоғамының «мифологиясын» талдауға арналған зерттеуінде мифке семиологиялық тұрғыдан баға беріп, құрылымы жағынан табиғи тілге ұқсас таңбалар жүйесі деген (Barthes, 1972). Демек, мифтің көмегімен кез келген нәрсені белгілеуге болады: «Мен дәл осылай болады деп тұжырымдаймын, себебі – әлемнің суггестив қуаты шексіз. Кез келген затты оқшауланған, үнсіз тіршілік ортасынан шығарып алып, қоғам түсініп қабылдай алатын сөзге айналдыруға болады. Өйткені, табиғи болсын не өзге болсын, әлденені сөз етуге тыйым салатын заң жоқ» (Barthes, 1972). Р.Барттың пікірінше, фотосурет, хат, кино, спорт, жарнама – барлығы да мифтік хабар тасымалдаушы бола алады.

Фердинанд де Соссюр сияқты, Барт та (Saussure, 1916) әлеуметтік-мәдени символдар құрылымындағы үш басты элементті бөліп көрсеткен: таңбалаушы, таңбаланушы және таңба. Ф. де Соссюр ұсынған құрамдастардан бөлек, Барт таңбалар жүйесінің құрылымында мағынаның екі мәнде (тұрғыда) – детонация мен коннотация – болатынын атап өткен (Barthes, 1968). Символдың құрамдас бөліктерінің бастапқы дәрежесін, мағыналарын денотатив хабарламалар – символдың «тікелей», «көрінеу» мәндері рәсімдейді. Бұл хабарламалар (тіркестер, үзінділер, мәтіндер) заттың өзіндік мағынасына келтірілген, әрбір қосымша мазмұннан тазартылған. Lay's чипсыларының «Ойын-сауыққа жол аштың ба, тоқтама» (*Once you pop the fun don't stop*) деген жарнама слоганындағы осындай денотатив хабарлама – *ойын-сауықты аш та, тоқтама* деген фразаның тікелей мағынасы. Бұл фраза таңбалаушы (мәтіндердің дыбыстық және графикалық тізбегінің бейнесі, қабылданатын фразаның синтаксистік нормалары) мен таңбаланушыны (мәтіндер мен қатынастардың тікелей мағынасы) қамтыған. Мағыналардың қайталама дәрежесі бастапқы (денотатив) дәреже үстіне шығып, коннотатив хабарламалардан құралады, олар – оқырман қандай да бір сөздің (фразаның, үзіндінің) кодын ашқан кезде пайда болатын әлеуметтік-мәдени әрі жеке ассоциациялар мен реляциялар түрінде келетін «символдық» мазмұндар. «Біршама орнықты заттық мағынасымен қатар әр сөз өзіне көптеген ауыспалы, ауытқымалы, идеологиялық мағыналарды да сіңірген, ол бұларды өзінің қолданыс

контекстерінде иемденеді». Осылайша Lay's жарнамасындағы «Ойын-сауыққа жол ашқан соң тоқтама» фразасынан осы жарнаманың түпкі мәнін білдіріп тұрған қосымша мағыналарды байқауға болады: Lay's чипсыларының қапшығын ашқан бойда ойын-сауық басталады, слоган тұтынушыны бір жапырақ чипсымен не бір қапшықпен ғана шектелмеуге, ойын-сауықты тоқтатпауға үндеп тұр.

Коннотатив хабарламадан таңбаланушы (қосымша мағыналар) мен таңбалаушы (стилистикалық амалдар, сөздер мен фразалардың байланысу, тіркесу ерекшеліктері, метафоралар, метонимиялар) көрінеді. Десек те, коннотатив хабарламаның мағынасын денотатив хабарлама әлдеқашан айқындап қойған, ол мұнда екінші реттік таңбалаушы ретінде жұмсалып, қосымша таңбаланушыны жарыққа шығарып тұр, яғни денотацияға қарағанда коннотация екінші орында. «Коннотативтік жүйе дегеніміз – әлденені айшықтап білдіру жоспарының өзі таңбалар жүйесі болып саналатын жүйе» (Барт, 2008). Денотациядан «өсіп шығатын» коннотация алғашқысын толық қамтымайды, себебі «денотативтік таңбалаушылар коннотативтік таңбалаушылардан қашанда көп (онсыз сөздің болуы да мүмкін емес еді)» (Кокарева, 2014).

Тіл	{	1. Таңбалаушы	2. Таңбаланушы	
Миф	{	3. Таңба		II Таңбаланушы
		I. Таңбалаушы		
		III Таңба		

Кесте: «Таңбаны білдіретін мифтік сызба» (studme.org).

Коннотация елеулі мәнге ие, қоғамда бастапқы жүйелерге (табиғи тілдер) негізделген күнделікті таңба жүйелері бар (әркелкі әлеуметтік-мәдени түрлері – фотосуреттер, жарнама, кино, киім т.б.): «Біз газет оқығанда, киноға барғанда, теледидар көргенде немесе радио тыңдағанда... коннотатив хабарламаларды ғана аламыз... деп айтуға да болады», «біз коннотатив өркениетте өмір сүріп жүрміз деуге де болады» (Барт, 2004: 409-415). Коннотатив мағыналардың табиғи тіл символдарына ғана емес, сондай-ақ практикалық қызмет атқаратын және таңба-функцияға айналатын түрлі заттарға да бекіп тіркелуге мүмкіндігі әбден жетеді (қарапайым күрте мен қаракүзенді ішіктің практикалық қызметі ұқсас – адамды суықтан сақтау; дегенмен осындай киімдер киген адамдардың қоғамдық әрі материалдық жағдайы бірдей емес екенін де аңғаруға болады). Коннотатив мағыналар әдетте айқын емес, бұлыңғыр келеді, көп жағдайда әлеуметтік-мәдени және тарихи контекстке байланысты. Сондықтан түсіндірме сөздіктерде де көрсетілмейді. Демек, олардың анықтамасы адамның ой өрісіне, зейініне, аңғарғыштығына тәуелді (Барт, 2008: 432).

Барт мифтерді талдай келе, олар – коннотативтік таңбаланушылардың жиынтығы, демек идеялық иллюзиялардың жасырын деңгейін құрайды, оларды «тұтыну қоғамының билік құрылымдары «жұмсақ» семантикалық механизмдер арқылы трансляциялайды» деп қорытынды жасайды (Дьяков, 2008). Мифтің негізгі қызметі – шындықты өзгерту, шындықты мифтік сана иелерінің, адамның құндылықтары мен үмітіне сәйкес

келтіру. Барт француз журналында жарық көрген бір фотоны мысалға келтіреді: онда француздардың әскери киімін киіп, желмен желбіреп тұрған Франция туына көз тіккен африкалық жас жігіт бейнеленген. Бұл суретте таңбалар жүйесінің мағынасы көрсетілген. Жасырын коннотатив таңбалаушылардан тұратын кескіннің мифологиялық мәні «Франция – ұлы империя, оның барша ұлы, терісінің түсіне қарамастан, Францияның туы астында адал қызмет етеді. Отарлау жүйесін сынағандарға – өзінің «қанаушыларына» құлшына қызмет етіп жүрген мына жас африкалықты көрсетуден артық қандай жауап керек?» дегенге саяды (Barthes, 1972).

Барт мифке – әлдебір идеяны білдіретін коммуникативті жүйе деген анықтама берген, идея – оның формасы. «Миф – екінші реттік семиологиялық жүйе. Бірінші реттік жүйенің таңбасы екінші жүйеде небары таңбалаушыға айналады». Миф таңбалар арқасында өсіп-өнетін паразит іспеттес: таңбаны өз формасына айналдырып, мәнін жұтатып, соның есебінен қуат алады. Миф конфигурациясы концептіге ие, концепт – шындық туралы бұлыңғыр түсініктер, оларды арнаулы аудитория өкілдері түсінуі мүмкін. Концепт таңбаның мазмұндық жағын деформациялауы мүмкін (Barthes, 1972). Біз мифтің таңбалаушысын мән мен форманың үздіксіз келісімі деп қабылдасақ, миф оқырманына айналып, оны концептінің нақты репрезентациясы деп танимыз. Ал мемдерді мифтер ретінде талдаған жағдайда, олардың әрқайсысына тиесілі құрылымды айқындап алуымыз әбден мүмкін, өйткені мемге өз элементтерінің қалыпты бастапқы құрылымын өзгертіп, әлдебір идеяны енгізу арқылы жаңасын жасау тән. Семиотикалық амал арқылы мемнің жекелеген құрауыштарын, оның формасын, денотатив әрі коннотатив көріністерін бөліп талдауға болады. Бұл амал мемдердің идеялық қызметтерін, әлеуметтік тұжырымдарға әсерін және мемнің нені көздегенін талдауға мүмкіндік береді. Бір кем тұсы – мемдердің таралу, шығу механизмдерін айқындап бере алмайды. Редукционистік амалдағыдай, анықтама ауқымы мен мемнен шыққан әзіл-қалжың филиалдары, жарнама, идеологемалар арасында сәйкессіздік туындайды (Лысенко, 2018).

Әлеуметтік желілердегі деректерден байқағанымыздай, COVID-19 туралы мемдер әдетте әлеуметтік сын, пародия мен мотивация (ынталандыру) түрінде болады. Тиісті хабарламаларды анықтау үшін Ролан Барттың таңбалық, денотатив және коннотациялық мәндерді қамтыған семиологиялық зерттеуін қолдандық. Бұл зерттеуде қолданылған талдау құралы – Ролан Барттың семиология теориясы.

Ролан Барттың семиологиясында таңбаның құрамдас бөліктеріне, коннотацияларға, таңбалау мен мифке баса назар аударылады, өйткені деректерді талдау да таңба (COVID-19 туралы мемдердегі кескін, форма, түс), коннотация (мәтіннің субъектив мағынасы), денотация (мәтіннің объектив мағынасы) мен мифті (хабарлама қалай жіберілген) қамтыған.

Зерттеу нәтижесінде COVID-19 пандемиясы кезінде Қазақстандағы пайдаланушылар жасаған мемдердің Ролан Барт теориясымен тығыз байланысты екенін анықтадық. Бір қарағанда, мемдер визуал ақпаратты жеткізіп тұрғандай, алайда визуал мәліметтің арғы жағында мәтіннің шын мәніндегі мағынасы жатыр. Мысалы, ер адам мен шаштараз туралы мына мемдегідей.

Бұл мемнің коннотациясынан өсіп кеткен шашын қидыру үшін шаштаразға келген адамды көреміз. Дегенмен осы суреттің денотатив ойы жалпы әлемде қалыптасқан жағдай туралы кең мәлімет беріп тұр.



Мәдениет және мемдерге мәдени сын

Мәселен, белгілі бір жердегі адамзат қоғамының кез келген мәдени институттарының шекті (әрі динамикалық) жиынтығы $M = \{A_1, A_2, A_3, \dots\}$ делік. Қоғамдағы мәдени мекемелердің өзіне тән салты немесе ұстанымдар, дәстүрлер жүйесі, музыкалық жанрлары т.б. болуы мүмкін. М-нің көп болуы динамикалық сипатта деп түсінеміз, өйткені көптік мүшелері қоғам динамикасының ықпалымен уақыт өте келе, мәдениеттің гүлденген шағында – эндогенді, ал мәдени ассимиляция, аккумуляция, коммуникация мен қоғамның жекелеген өкілдерінің өзге қоғаммен байланысқа түсуі кезінде экзогенді өзгеріп отырады (Situngkir, 2004).

Мемнің қандай да бір формализациясын құрып, оны мәдени зерттеулерде қалай қолданатынымызды айқындамас бұрын оның генетикалық баламасымен арадағы техникалық айырмашылығын дұрыс аңғару керек. Меметикада геннің көптеген концепциясы қолданылады, әсіресе әлеуметтік ғылымдар саласынан кейін есептеу саласында өтетін процестерде көп. Николас Рэдклифф пен Патрик Сарридің (Radcliffe & Surry, 1994; 1-16) тұжырымына сай, олардың арасындағы негізгі ерекшелік мынадай: мем берілмей тұрып, ең алдымен, адам бойында бейімделуден өтеді, содан кейін адам мемді өз түсінігіне, ұйғарымына сай өзгеге береді, ал гендер болса, түгел беріледі. Мем кейіпкері дегеніміз – қоғамдағы мәдени процесті түсіну үшін біз маңызды деп тапқан әлдене.

Сипатталатын объект иерархиясындағы мәдениет көпқабатты, оның құрамдас бөліктерінен сызықты емес тәртіппен сипаттаудың әлдеқайда жоғары деңгейі құрылады және т.с.с. Дәстүрлі мәдени талдау бағытындағы жұмысқа қатысты айта кетерлік маңызды ескерту: мәдениет мәдени бірліктерінің өзара ықпалдасуына сәйкес дамиды. Басқаша айтқанда, адам өзіндік эмпирикалық кеңістіктегі басқа бір мәдени бірлікке еліктеу, ұқсау («имитация») арқылы мәдениетті дамытады деуге болады. Имитация арқасында біз кез келген мәдени бірлікке жүгініп, оны өзіміздің мәдени кеңістігімізге жақындатамыз. Бұдан шығатын нәтиже, әдетте, біз еліктеп

көшірген мәдениеттегідей болмайды, ол өзіміздің мәдени жүйемізге, интеллектімізге және басқа да когнитив әрі сыртқы факторларға байланысты болады. Соған қарамастан мәдени бірліктің қамту деңгейі әртүрлі. Ол әлдебір сазды дыбыс, сән үлгісі секілді қарапайым және пайымдар жүйесі сынды ауқымды де күрделі бола алады. Осы болжамға сүйеніп, Еуропадағы панк-қауымдар мен олардың әріптестері арасындағы айырмашылықтардың неліктен көп екенін түсіндіруге болады. Осы ретте Индонезиядағы панк-қауымдардың өз мәдениетін еуропалық мәдениетке жатқызатынын мойындау қажет. Сол себепті біз еліктеуді – өз мәдени жүйемізге өзге мәдени бірліктерді қосу деп анықтаймыз. Мәдени бірлік осылайша қайта жаңғырады, мәдениеттің *sui generis* (лат. бірегей, ешкімге ұқсамайтын) сипаты күшейіп, жақсара түседі. Мәдениет мәдени бірлікті қайта жаңғырту, қайталау арқылы жақсарады. Жер-жерде тез таралып, танымал болатын мәдени құбылыстарға, соның ішінде ой мен идеяның таралуына қатысты қолданылатын ортақ термин – осы (Situngkir, 2004).

Докинз бен негізгі меметистердің айтуынша, мем – абстракция түрінде имитацияланып (Blackmore, 1998), ми нейрондарында сақталатын мәдени бірлік (Lynch, 1998). Ол абстракция болғандықтан, мемді жалпы мәдени эволюцияның ең кішкентай ақпараттық бірлігі ретінде қарастыра алмаймыз. Дегенмен біз оны кез келген мәдени эволюцияны түсіндіру үшін қажетті ең аз ақпарат ретінде қолданамыз. Яғни мем мәдени нысандардың шағын бөлігі (мысалы: музыкалық нота; аяқкиімді пайдалану тәртібі), тіпті мәдениеттің үлкен бөлігі де бола алады (мысалы, ұлтшылдық, дін). Басқаша айтқанда, мем – мәдениет пен оның таралуын және жалпы эволюция процесін түсіндіруге қажетті талдау құралы (Situngkir, 2004).

Эволюция барысында мемплекс (меметикалық комплекс) «бір мидан екінші миға» оңтайлы жолмен беріледі, мұның мынадай екі қадамы бар:

1. Горизонталды берілу – бір отбасыға жатпайтын тұлғалар арасындағы мәдени алмасу процесі.
2. Вертикалды берілу – туысқандар арасындағы меметикалық процестің түрлері (Gatherer, 2002).

Біз қазақстандық мемдердегі «мен» және «өзге біреу» деген құрылымдарды айқындауды жоспарлаған едік. Бір қызығы, 130 мемге талдау жасағанымызда, «өзге біреулер» анықталмады. Бұған қоса, Қазақстанда пандемия кезінде этникалық, діни, таптық аз топтар туралы сөз болмады, мұндай тақырыптағы мем жоқтың қасы. Жанама түрде «өзге біреу» деп анықтауға болатындар – қытайлар еді: сондай мемдердің бірінде «СДЕЛАНО В КИТАЕ» («ҚЫТАЙДА ЖАСАЛҒАН») деген жазу болған (5-сурет). Аса көп тараған құбылыс болмаса да, мұндай жайтты 130 мемнің ішінен екі рет кездестірдік.

Саяси күрес жүріп жатқан шақта әзіл-оспақ – әлденеге қарсы тұрудың кең тараған құралы екенін айғақтайтын деректер бар (Kaptan, 2016: 567-587). Қаналушы ұлттар мен азшылық гегемонияға төтеп беру үшін әзіл-сықаққа жүгінеді. Саяси сатира басшылықтың кемшілігін, сыбайлас жемқорлық пен алаяқтықты әшкерелейді. Басқа жағынан алып қарағанда, әзіл шиеленісті бәсеңдету, арадағы жайсыздықты жуып-шаю, түсіністік пен ниеттестікті күшейту механизмі де бола алады.



Қалыптасқан тәртіпке нұқсан келтірмеу жағдайын қалай түсіндіруге болады? Бұл сұраққа жауапты әлеуметтік ғылымдар саласындағы екі негізгі теориялық парадигмадан табуға болады. Функционалистік бағытқа сай, мемдер жұрттың көңілін аулау мен әлеуметтік интеграция көзі болып табылады (Kuipers, 2008: 365-402; Stephenson, 1951: 569-574). Франкфурт мектебінің өкілдері ұстанатын сыни (критикалық) бағытқа сай, ойын-сауық, әзіл-оспақ – қоғам назарын маңызды мәселелерден басқа жаққа бұру жолы. Осындай сыни ұстанымдағы ғалымдардың пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдары әлеуметтік ресурстардың дифференциалданған қолжетімділігін шектеуде. Мәдени индустрия бірнеше қабатқа бөлінбеген біркелкі қоғам иллюзиясын жасап, бір ғана өнімді – бұқараға арналған ойын-сауықты тегін қолжетімді етуде (Adorno, 1973). Франкфурт мектебінің өкілдері мәдени индустрияның басты қасиеті – қайталау екенін атап өткен (Jandric, 2017). Өнімді стандарттау салдарынан аудитория да стандартталып, Маркузе айтқандай, «бір өлшемді адамның» қалыптасуына жағдай жасайды (Marcuse, 1964). Осы іспеттес қайталаудың ең жарқын мысалы – цифрлық мемдер. Алайда мұндай шығармашылық толқын қанауға, басып-жаншуға негіз болады деуге бола ма? Франкфурт мектебіне тұжырымына сенсек, қазіргі дәуірдің мәдени өнімдері стандартты сипатта, өйткені олар қайырымдылық мүддеге сай, капитал жинақтау мақсатында корпорациялардың фабрикаларында өндірілген (Benjamin, 2008). Бірақ мұндай мемдердің арғы жағында қандай да бір өнеркәсіптік мүдде, экономикалық пайда табуға деген ұмтылыс байқалмайды. Демек, мемдерді қоғам мемлекеттік аппараттың сәтсіздіктеріне назар аудармасын деген оймен жасалған қарапайым реакциялық акт деп түсінуге болмайды. Сондықтан әзілді дағдарыс кезіндегі күйзеліске қарсы күрес пен әлеуметтік интеграция құралы деп танитын ұстаным да, әзілді жасанды ниеттестік пен халық назарын элиталардан өзге жаққа бұру құралы деп түсіндіретін ұстаным да тым тұрпайы, күрделі мәселені тым қарапайым етіп қабылдаудың көрінісі.

Мемдер психологиясы

Зигмунд Фрейд «Түс жору» атты еңбегінде (Freud, 1900) түс көру кезінде байқалатын психикалық процестер мен әзілдің тууы арасындағы байланыс туралы бірқатар алдын ала тұжырым жасаған. Түс көргендегідей, әзіл-қалжың да – құмарлық, фобия немесе түсініксіз бірдеңеден қорқу сынды бейсана, бұйығы, «тыйым салынған» сезімдердің босап шығатын ортасы, ал күлкі болса, бізге кедергі келтіріп тұрған әлденеден босататын қақпақша тәрізді. Басқаша айтқанда, әзіл-қалжың немесе, жалпылама терминді қолдансақ, әзіл-оспақ – қиындықтарды жанама түрде еңсеріп, әдетте қолымыздан келе бермейтін нәрселер туралы айтуға мүмкіндік береді. Досы Вильгельм Флиспен хат алысып шабытттанған Фрейд толықтай комизм мен әзіл-оспақты зерттеуге арналған кітабын жазуды жалғастырып, оны «Тапқырлық және оның бейсанаға қатысы» деп атаған (Freud, 2014). Кейін Фрейд бұл еңбегінде «әзілдің, шын мәнінде, экономикалық тұрғыдан ғана қарастырылғанын» байқап, осы бір олқылықтың орнын толтыру үшін «Әзіл-оспақ» деген шағын мақала жазған (Freud, 1928: 1-6). Онда әзіл психиканың қайта қаралған құрылымдық моделімен байланыстырыла көрсетілген. Фрейд бұл құрылымдық модельді өзінің «Эго және Ид» (Freud, 1961) деген еңбегінде жан-жақты өрбіткен. Осы мақала мәтінінде әзілдің психоаналитикалық теориясына Фрейдтің қосқан үлесі туралы қысқаша баяндалады. Кейінгі психоаналитикалық тұжырымдар Фрейдтің әзіл теориясына негізделген.

Фрейд «Тапқырлық және оның бейсанаға қатысы» атты кітабында әзіл-қалжыңның қалыптасуына қатысатын процестер түс көруге қатысты процестермен бірдей дерлік деген. Түс көргенде санаалды «күн қалдығы», соның ішінде санадағы қамалған тілек ұмтылыстары мен импульстер психиканың динамикалық бейсана бөлігінің сүзгісінен өтеді. Бұл ұмтылыстар мен импульстер қоғамдағы мінез-құлыққа, жүріс-тұрысқа қатысты шектеулерге сай болмағандықтан қабылданбайды. Ұйықтап жатқан адам сондай материалды өңдеуге ден қоймасын, оянбай, ұйықтап жата берсін деп, бейсана сол материалды бүркемелеп, оған енді қауіп төндірмейтіндей форма таңады, яғни сол материалды санаға түсінікті етеді. Бұл процесс түс көру жұмысы деп аталады. Қалжың-жұмыс, түс көру жұмысының ояу жүргендегі корреляты арасында ұқсастық аз емес. Әзіл-қалжың өз иесіне қысқа мерзімді қаңыраған бостық болғанда толық, аяқталған күйде келетін сияқты, яғни ол когнитив психологияның қазіргі сатылы өңдеу теориясы сияқты бейсанадан шығатын көрінеді (Rauss, 2013: 4, 276). Сондай-ақ тағы бір маңызды жайт – әзіл-қалжың ұятсыз элементтерді, агрессия, арсыздық пен күдікті күлкіге айналдырып, тыйым салынған импульстер мен эмоцияға орынды, рұқсат етілген кейіп дарытады. Осындай түрлендіруді іске асыруда түс көру мен әзіл-қалжыңда қолданылатын психикалық құралдар бірдей, олар: конденсация, ығыстыру және жанамалап көрсету. Фрейд (Freud, 2014) мынадай мысал келтірген: «Жылқы сататын адам сатып алушыға мініс жылқысын ұсынған. «Осы жылқыны алып, оған таңғы сағат 4-те мінсеңіз, сағат 6.30-да Прессбургке жетіп үлгересіз». — «Таңғы 6.30-да Прессбургке барып қайтөмін?». (Freud, 2014: 67). Жанамалап көрсету амалына абсурд, жалған пайымдар мен аналогиялар сияқты әзіл-қалжың тәсілдері жатады. Фрейд (Freud, 2014) келтірген мысал: «Әркімнің өзгелерге көрсете бермейтін моральдық астары бар, адам оны шамасы келгенше әдеп сақтағандай болып жасырып жүреді» (Freud, 2014: 46). Түс көру көп жағдайда қанағаттанбай қалуға жол бермеу мақсатын көздейді, қатты әсер – ләззат алуға барабар. Бұған

қоса, Фрейд (Freud, 2014: 97): «Аталған қос мақсат біздің жан дүниеміздегі барлық әрекеттерді айғақтап тұр», – деген.

Фрейд кітабын қорытындылай келе, «басып-жаншу сияқты, әзіл-оспақ та – қорғану процесі» деген. Ол «әзіл-қалжың аралас жұмыстың субъектив детерминанттары невротикалық ауру детерминанттарынан алшақ емес болып көрінетінін» және «әзілкеш – жүйкесі тозған, берекесі қашқан адам» екенін атап өткенмен, әзіл мен невроз арасында байланыс барын бірден жоққа шығарған еді (Freud, 2014: 142). Есесіне, басқа қорғаныс механизмдеріне қарағанда, әзілге жүгіну амалы болжамды психикалық бұзылыс тудырады деп қорытынды жасаған. Әзіл қауіпті аффектінің барын мойындап, оны жоғарыда сипатталған тетіктер арқылы жағымды эффекттіге түрлендіреді (Freud, 2014). Фрейд «Әзіл-оспақ» деген мақаласында жаңа ғана сөз болған саламатты қорғаныс амалының іске асуына Мен және Асқақ-Меннің тепе-теңдікке түскені, бізді батыл болуға, «қайғы-қасіреттен арылу үшін мұңаймай, көңілді жүруге», «Сергіп, табандылық танытуға» үндеген ата-анамыздың ішкі дауыстары жағдай туғызады деген (Freud, 1928: 1-6). Осылайша бізге әлі де болса өмірлік сын-қатерлерге төтеп беруге көмектесе алады. Фрейдтің (Freud, 1928: 1-6) айтуынша: «Әзіл тұсауға көнбейді; ол – асау. Бұл дегеніміз – эгоның ғана емес, сондай-ақ қалыптасқан жағымсыз жайттарға төтеп беретіндей айқын білінетін қуатты рахаттану қағидасының да салтанат құруы».

Мақала соңында Фрейдтің (Freud, 2014) түс көру мен әзіл-қалжыңға жүргізген салыстырмасына шолу жасалды. Айтушы мен тыңдаушы бойындағы ішкі психикалық процестерді қамтитын әзіл-қалжыңның экономикалық моделі талданып, Фрейдтің әзіл-оспақ теориясына қатысты (Freud, 1928: 1-6) қосымша тұжырымдары қысқаша таныстырылады.

Мемдер және COVID-19

Соңғы бірнеше жылда интернет-мемдер кең тарала бастады. Күн сайын миллиондаған мем жасалады, олардың бәрі әлемдегі үрдістер туралы. Әдетте мем әлдебір ыңғайсыз жағдай туралы мысқыл, кекесін пікір түрінде болады. Коронавирус (COVID-19) дағдарысы мен жаһандық сипат алған карантин жағдайында мем жасайтындарға да, аудиторияға да арналған бұқаралық ақпарат құралдары көп.

COVID-19 пандемиясы дүниежүзінде өзекті тақырыпқа айналды. Коммуникация құралдары қызметін атқаратын әлеуметтік желілердің арқасында бұл тақырып әсіресе мем жасайтындар арасында, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* сияқты әлеуметтік желілер мен веб-блогтарда кең таралды. Ролан Барттың семиологиясына жүгіне отырып, COVID-19 туралы мем мағыналарын айқындау мақсатымен деректерді талдау нәтижесінде анықталғандай, авторлар мем көмегімен әлеуметтік жай-күйді көрсетуге тырысқан. Мұны әсіресе мотивациялық, сыни мемнен және пародист-мемнен байқауға болады.

Мотивациялық мем – қоғамды жақсы, жағымды іспен айналысуға ынталандырады. Пародиялық мемдер оқырманға хабарламаны сықақпен жеткізу үшін жасалады. Ал сыни мем жасайтын адамдар сол арқылы қоғамдағы әлеуметтік теңсіздік жөніндегі ойын жеткізеді.

Сыни мемде COVID-19 пандемиясы туғызған әлеуметтік алшақтық, теңсіздік көрініс табады. Мұндай теңсіздікті жұмыссыздар санының

артуынан, өлім-жітімнің көбеюінен және отбасы, үй ішіндегі қайшылықтардың өршуінен байқауға болады. Пародиялық мем көмегімен авторлар COVID-19 вирусының таралуына шек қою үшін сатиралық хабарлама жеткізуді мақсат етеді. COVID-19 мотивациясы пандемия жағдайында адамды орынды әрекетке, жақсы іске ден қоюға үндейді. Карантин кезінде пайдалы іспен айналысуға, осы уақытқа дейін қол тимей, кейін қалдыра берген жұмыстарға кірісуге мүмкіндік туды.

COVID-19 мемдерінде көрініс тапқан әлеуметтік проблемаларды сипаттаудың мағынасы да айқын. Аталған проблемаларға: жұмыссыздардың көбеюі, қалыпты өмір салтының бұзылуы, білім беру жүйесінің өзгеруі, қоғамдық жерлердің жабылуы және әлеуметтік арақашықтық сақтау талабы сияқты мәселелер жатады. Осы проблемалардың бәрі әлеуметтік желілердегі COVID-19 туралы мемдерде визуалдық әрі вербал таңбалар арқылы көрсетілген.

Жоғарыда атап өткеніміздей, біз бұл зерттеуде Қазақстандағы интернет пайдаланушылары жасаған мемдерді талдаймыз. Қазақстанның интернет-сегментінде наурыз бен қазан аралығында жарық көрген мемдерді төмендегідей жіктеп беруге болады.

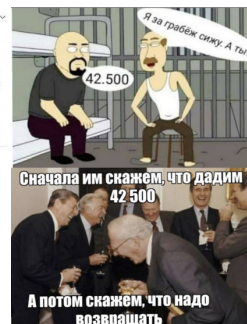
<i>Интернет-мемдердің тақырыбы</i>	<i>Саны</i>
<i>2020 жыл</i>	<i>8</i>
<i>Жұқтырғандар</i>	<i>4</i>
<i>Вакцина</i>	<i>3</i>
<i>Карантин</i>	<i>13</i>
<i>Медициналық бетперде</i>	<i>12</i>
<i>Өз бетімен емделу</i>	<i>5</i>
<i>Қашықтан оқыту</i>	<i>2</i>
<i>ПТР-тестілері</i>	<i>2</i>
<i>Саясат</i>	<i>19</i>
<i>Мемлекет қабылдаған шаралар</i>	<i>3</i>
<i>42 500 теңге көлеміндегі әлеуметтік төлем</i>	<i>21</i>
<i>Той</i>	<i>14</i>
<i>Фейк жаңалықтар</i>	<i>3</i>
<i>Басқа</i>	<i>21</i>
БАРЛЫҒЫ	130

Енді осы мемдерді бұрын атап өткен тақырыптарға сай талдап көрейік.

42 500 туралы мемдер

42 500 теңге көлемінде мемлекеттік жәрдемақы төлеу. Зерттеу барысында Қазақстан азаматтарына әлеуметтік жәрдемақы бөлу төңірегінде проблема туғаны анықталды. Осыған орайда медиа арқылы тұрғындардың үкіметке

наразылық білдіргені туралы хабарлар көп болды. Осы тақырыптағы интернет-мемдердің саны да күрт артты.



6-сурет. @qonandoyle

7-сурет. meme-arsenal.com

8-сурет. meme-arsenal.com

Алтыншы суретте әлеуметтік желілер жанрындағы мем көрсетілген: әдетте, мысалы, Twitter-дегі посттың скриншоты жасалып, өзге әлеуметтік желілерде қайта жарияланады. Мына скриншотта «Дональд Трамп» Egov.kz сайтына сол күйі кіре алмағанына, электрондық цифрлық қолтаңба енгізу проблемасын шеше алмағанына шағымданғанын твиттерде жариялаған. Твит соңында өзін көп қинамай, 42 500 теңгені бере салуды өтінген. Шын мәнінде, мұндай проблемамен Қазақстанның көп азаматы бетпе-бет келген: мемлекеттік жәрдемақы аламыз деп біраз әуреге түскен, әлеуметтік төлем алудың қиынның қиыны болғаны рас.

Екінші фотода суреттелген (7-сурет) жағдай бұданда қызық. Бастапқыда мемлекет жұмысынан айырылғандарға әлеуметтік жәрдемақы төлейтінін хабарлаған. Азаматтар 42 500 теңге көлеміндегі төлемді алған соң, үкімет сол әлеуметтік жәрдемақыны мемлекетке қайтару керек деген жаңалық таратып, елдің есін шығарған.

Сегізінші суретте Марвелл комиксінің кейіпкерлері – Бэтмен мен оның көмекшісі Робин бейнеленген. Бұл мемнің жанры – интернет-комикс. Робин 42 500 теңге туралы сұрай бергенде, Бэтмен оның жағынан шапалақпен тартып жіберіп, үнінді өшір дейді. Жұмыссыздық пен карантин жағдайында көп адам жәрдемақыға мұқтаж еді, дегенмен әлеуметтік төлемді бәрі ала алмады.

Қазақтың тойы туралы мемдер

Той (үйлену тойы) – қазақ қоғамындағы этномәдени және әлеуметтік құбылыстардың бір көрінісі. Философтар тойдың көп болуын қазақтардың өмірге ерекше құштарлығымен байланыстырады. Алайда соңғы жылдары бұл ұлттық дәстүрдің келбеті адам танымастай өзгерді. Қазіргі тойлар бұрынғы мазмұны мен сәнінен айырылып, дүние жарысқа айналғандай.

Коронавирус пандемиясы басталғаннан бері Қазақстан президенті жиын-той өткізуге тыйым салып, талапты елемей, заң бұзғандардың (Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодекстің 476-бабына сай) жауапқа тартылатынын мәлімдеген. Карантин талаптарын бұзған, тойға қатысқан адамдарға да әкімшілік жаза қарастырылған – 26 мың теңге айыппұл немесе 15 тәулікке қамау (inform.kz, 2020). Дегенмен карантин кезінде той

өткізген қазақтар аз болмады. Желіде осы тақырыпқа арналған интернет-мемдер де көп болды.

Төртінші фотода (9-сурет) полицияға телефон шалып, әлдебіреудің той өткізіп жатқанын хабарлап тұрған ер адам бейнеленген.

me calling the police to snitch on someone
having a TOY



9-сурет. @alpystogyz

***Қазақтың тойы бітпесін**

Коронавирус:



10-сурет. @ashyq_aspannn



11-сурет. @kiyelitezek

Бесінші мемде (10-сурет) қазақтың тойы бітпесін деген жазу мен кішкентай қыздың суреті көрсетілген. Коронавирус кейпінде бейнеленген қыз жымып: «Бұл істерің үшін сазайларыңды тартасыңдар», – деп тұр.

Алтыншы мем (11-сурет) француз суретшісі Жосс Лиферинкстің картинасы негізінде жасалып, оған мынадай репликалар жазылған: «Екі жас бақытты болсын», «Қазақтың тойы бітпесін», «Тойшыл қауым, тарамаңдар!», «Бірден қалыңдықтың жаназасына қатысып кетіңдер».

Бетперде туралы мемдер



12-сурет. @funlovekz



13-сурет. @funlovekz



14-сурет. @funlovekz

Он екінші суретте көзілдірік пен бетперде таққан қыз бейнеленген. Мұндайда карантин кезінде көзілдірігі буланып қала беретін адамдар еске түседі. Бетперде тағып, бір-екі рет дем алған бойда ештеңе көрінбей қалады.

Келесі суреттің (13-сурет) негізгі фигурасы – құлақ. Адамның құлағына тағып, іліп, қыстырып жүретін заттары аз емес: сырға, көзілдірік, құлаққап, бетперде. Осыдан барып мынадай мем пайда болған – құлақ иесіне: «Сөмкеңді де маған іліп қойып жүретін шығарсың?» – деген екен. «Бетперде туралы мемдер» деген санаттағы соңғы суретте (14-сурет) қалың бетперде тағып, қысқа дайын тұрған адам бейнеленген. Ол өзгелерден: «Ал сен дайынсың ба?» – деп сұрап тұр.

Саясат туралы мемдер



15-сурет. @qonandoyle

*Токаев поручает госслужащим работать из дома

Госслужащие работают дома:



16-сурет. @ashyq_aspannn



17-сурет. @alpystogyz

Коллажда (15-сурет) Қазақстан президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың фотолары көрсетілген: әр айда жағдайдың қалай болары белгісіз болып бара жатқанда, президенттің бет-әлпеті қалай өзгергенін байқайсыз.

Келесі мемде (16-сурет) мынадай жазу бар: Тоқаев мемлекеттік қызметкерлерге үйде отырып жұмыс істеуді тапсырды. Жазудың астында үйінде еш алаңсыз компьютермен карта ойнап отырған мемлекеттік қызметкердің фотосы берілген.

Он жетінші суретте Тоқаевтың денсаулық сақтау министрлігіне коронавирус салдарынан болған өлім-жітім көрсеткішін барынша азайтуды тапсырғаны туралы жаңалықтың скрині салынған. Осы мемнің жалғасы ретінде «Мадагаскар» мультфильмінен алынған кадр тұр, ондағы пингвиндер: «Жігіттер, бәрекемді. Коронавирустың көзін құрттық», – деп қояды.

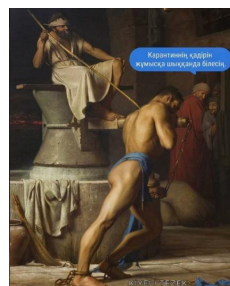
Карантин туралы мемдер



18-сурет. @kiyelitezek



19-сурет. @muratdilmanov



20-сурет. @kiyelitezek

Вирустың таралуын тежеу үшін үкімет шектеу шараларын енгізді. Елде наурыз айының ортасынан бастап, бес айға созылған карантин жарияланды. Бұлай болады деп ойламаған жұрт ұзақ уақыт оқшауланған күйде қалуға мәжбүр еді. Мұның салдары да ауыр болды – адамдардың жүйкесі сыр бере бастады.

Он сегізінші суретте иті бар бала бейнеленген. Бала: «Карантин мезі қып бітті», – десе, ит иесіне таңырқай қарап: «Менімен сөйлесіп отырсың ба?» – деп қояды. Келесі суретте (19-сурет) ұзақ уақыт карантинде болған ер адамның шашын қидырып, қырыну үшін шаштаразға келіп отырғаны сәті бейнеленген. Соңғы мемде (20-сурет) Карл Блохтың «Самсон және филистимдіктер» атты картинасына мынадай реплика қосылған: «Карантиннің қадірін жұмысқа шыққанда білесің».

Фейк жаңалықтар туралы мемдер

Әдетте жалған ақпарат шын ақпаратқа қарағанда тез тарайды. Әсіресе дағдарыс кезінде халық ресми деректерге емес, қауесетке, алыпқашпа әңгімеге сенуге бейім келеді. Салдарынан үрейге бой алдырған адамдар деректерді тексерместен ақпаратты өзгелерге жібере бастайды. Олар

мұны әдейі істемейді, мәліметті растап, тексеріп алатындай медиасауаты жетпегендіктен осындай әрекетке барады.



21-сурет. @ashyq_aspannn

22-сурет. @ashyq_aspannn

23-сурет. @funlovekz

21-сурет: Ит – отандық блогерлер мен әртістерді, ал құлпынай фейк жаңалықтар мен конспирологиялық теорияларды тұспалдайды. Фотосурет тіпті танымал адамдар да расталмаған ақпаратқа сеніп, әлеуметтік желілерге таратады деген ойды жеткізіп тұр.

22-сурет: Көп адам вирустың бар екеніне сенбейді. Тікұшақпен ауаға коронавирус шашу, өмірге қауіпті 5G мұнаралары, осының бәрі – әлдебіреудің қастық ниеті. Сода, сарымсақ пен зімбір көмегімен өз бетімен емделуге болатыны туралы WhatsApp-та таратылған фейк жаңалықтар да дезинформацияға жатады.

Соңғы суреттегі (23-сурет) дәрігерлер (WhatsApp-тағы отбасылық, туысқандық чаттар) мысыққа (fake news) бас иіп, құлдық ұрып тұр. Дезинформацияның таралуына, әдетте, әлеуметтік желілер мен мессенджерді пайдаланушылардың бір-біріне жалған хабарламалар жіберіп отыратыны себепші.

Әлеуметтік желілерде (Twitter, Facebook, Instagram) интернет-мемдер жасауға маманданған арнаулы қауымдастықтар мен иллюстраторлар бар. Солардың негізгілері: «Qonandoyle», бұл жерде видео-мемдерді көруге болады, ал «Kiyelitezek» мемдерінде әлемге әйгілі картиналар арқылы тарихи тұлғалардың бейнелері көрсетілген. «Muratdilmanov», «Sharalaque» аккаунттарындағы мемдер иллюстрациямен берілген. Осы сияқты репрезентацияның болуы аталған қауымдастықтың ненің негізінде жұмыс істейтінін білдіреді.

Қорытынды

Мемдер көптеген салада қолданылады: саясат, күнделікті өмір, денсаулық және т.б. Дегенмен ауызша тарих қандай да бір тақырып жөніндегі дәрістер мен оқулықтар жиынтығы ғана болып қалмауы керек. Фотосуреттер мен мемдер сияқты ауызша тарихтың түрлі формасын зерттеу арқылы адам визуалды түйсіну-қабылдау қабілетіне сүйеніп, өткенді зерделей алады. Кейде өткен жайттарды сол оқиғалар туралы мәтіндерді оқу көмегімен емес, аталған визуалды көріністер арқылы әлдеқайда жақсы түсінуге болады.

Біз бұл мақалада Ролан Барттың семиологиясын, Франкфурт мектебінің

тұжырымдары мен Фрейдтің тапқырлыққа қатысты зерттеулерін негізге ала отырып, пандемия кезіндегі қазақстандық мемдерге талдау жасадық. Зерттеу барысында қойылған сұрақтарға жауап таптық. Қазақстандық мемдер қандай тақырыптарды қозғайды немесе қозғамайды? Отандық пайдаланушылар мемдерде әдетте саяси және тұрмыстық мәселелерді көтереді. Саяси тақырыптар: 42 500 теңге көлеміндегі әлеуметтік төлем алу проблемасы, Жандарбек Мұхтарұлы Бекшин туралы және президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың карантинге байланысты тапсырмалары. Аз айтылған тақырыптар: вакцинация, наразылық, вирус жұқтыру, 2020 жыл. Мүлде көтерілмеген тақырыптар да болды, мысалы, нәсілшілдік. «Қазақстандық мемдер қаншалық саяси сипатқа ие?» деген сұраққа берер жауабымыз: мемдерде белгілі бір дәрежеде қарсылық, наразылық идеологиясы көрініс тапқан. Мысалы, мына бір сөзге назар аударсаңыз: «42 500 теңгені қайтармандар, бұл – халықтың ақшасы».

Зерттеудің мақсаты, міндеттері мен нәтижесіне қатысты мынадай қорытынды шығаруға болады: жоғарыда, мақаланың практикалық бөлігінде көрсетілген он сегіз мемді таңбалаушы және таңбаланушы деп бөлуге болады. Қазақстандық интернет пайдаланушылары жасаған мемдердің таңбалаушылары мен таңбаланушылары вербал және визуал мәтін бола алады. Жазба мәтін – суретке жазылған мәтін, сөз, ал визуал мәтін – хабарлама фоны мен жазба мәтінін толық қамтып тұрған мәлімдемелер. Атап өткен он сегіз мем хабарламасының денотатив және коннотатив мағыналары анықталып талданды. Денотатив мағына таңбалаушымен әрі таңбаланушымен тығыз байланысты. Фердинанд де Соссюрдің теориясындағы таңбалаушы және таңбаланушы мағына – Ролан Барттың теориясындағы денотатив мағынаға парапар. Біз бұл зерттеуде қазақстандық интернет-мемдердің барлық денотатив және коннотатив мағыналарын анықтай алдық.

Бұған қоса, Франкфурт мектебінің теориясына сүйенсек, мемдердің арғы жағында қандай да бір өнеркәсіптік механизм не экономикалық пайда табуға деген ұмтылыс жоқ екенін аңғарамыз. Демек, мемдерді қоғам мемлекеттік аппараттың сәтсіздіктеріне назар аудармасын деген оймен жасалған қарапайым реакциялық акт деп түсінуге болмайды. Сондықтан әзілді дағдарыс кезіндегі күйзеліске қарсы күрес пен әлеуметтік интеграция құралы деп танытын ұстаным – тым тұрпайы, күрделі мәселені тым қарапайым етіп қабылдаудың көрінісі. Мұны Қазақстандағы интернет пайдаланушылардың COVID-19 пандемиясы кезінде шығарған мемдеріне жасалған талдау да растап тұр.

Бұрын атап өткеніміздей, осы зерттеуге арқау болған қазақстандық мемдердің (COVID-19 пандемиясы кезінде пайда болған мемдер) көбі – көңіл көтеру құралы емес, әзіл-оспақ – жаңа шындыққа бейімделу амалы. Зигмунд Фрейдтің теориясына сай, әзіл-қалжың да түс көргендегідей, – құмарлық, фобия немесе түсініксіз бірдеңеден қорқу сынды бейсана, бұйығы, «тыйым салынған» сезімдердің босап шығатын ортасы, ал күлкі болса, бізге кедергі келтіріп тұрған әлденеден босататын қақпақша тәрізді. Басқаша айтқанда, әзіл-оспақ қиындықтарды жанама түрде еңсеріп, әдетте қолымыздан келе бермейтін нәрселер туралы айтуға мүмкіндік береді. Мысалы, COVID-19 кезінде шыққан қазақстандық мемдерде саяси, тұрмыстық тақырыптар немесе вирустың таралу жайы сөз болған, азаматтар бұл проблемаларға қарсы өз бетінше шара қолдануға қауқарсыз еді. Осы шақта қазақстандықтар жасаған мемдер қиындықты еңсеруге, мойымауға көмектесетін амал рөлін атқарған.

Нәтижесінде жоғарыда аталған (наурыз – қазан аралығында шыққан) мемдерді талдау арқылы біз қазақстандықтардың COVID-19 пандемиясына қатысты шынайы реакциясын айқындап, олардың қалыптасқан жағдайға қатысты пікірін білдік. Басқаша айтқанда, мемдер қазақстандық интернет пайдаланушылары үшін пандемияға қатысты реакция білдіру мен ішкі сезімін өзіл арқылы жеткізудің маңызды тетігіне айналды.

Пайдаланылган әдебиеттер

1. Adorno, Theodor ve Horkheimer, Max (1973). *Dialectic of enlightenment*. London: Allen Lane.
2. Barthes, Roland (1972). *Mythologies*. twenty-fifth printing, (1991)
3. Barthes, Roland (1968). *Elements of Semiology*. eleventh printing, (1986)
4. Barthes, Roland (1972). *Mythologies*. MythToday. twenty-fifth printing, (1991)
5. Benjamin, Walter (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction*. London: Penguin.
6. Blackmore, Susan (1998). «Imitation and Definition of a Meme». *Journal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*.
7. Bradley E. Wiggins ve G.B. Bowers. «Memes as genre: A structural analysis of the memescape».
8. Christoff, Maria ve Dauphin, Barry (2017). «Freud's theory of humor».
9. Freud, Sigmund (2014). Остроумие и его отношение к бессознательному. Додельцев Р. (Пер.), Санкт-Петербург: издательство Азбука.
10. Freud, Sigmund (1928). «Humour. *International Journal of Psychoanalysis*». 1–6
11. Freud, Sigmund. (1961). The ego and the id. In J. Strachey (Ed. and Trans.), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*.
12. Freud, Sigmund (1900). *The interpretation of dreams. The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud, Vols. 4 and 5*.
13. Gatherer, Derek (2002). Identifying cases of social contagion using memetic isolation: comparison of the dynamics of a multisociety simulation with an ethnographic data set
14. Hofstadter, Douglas (1983) *Metamagical themas: virus-like sentences and self-replicating structures*. *Scientific American* 14–22.
15. Isnaniah, Siti ve Agustina, Tiya (2020). «COVID-19» meme in social media: study of Roland Barthes semiology».
16. Jandrić, P. (2017). Learning in the age of digital reason.
17. Kaptan, Yeşim (2016). «Laugh and resist! Humor and satire use in the Gezi resistance movement». In *Perspectives on Global Development and Technology*, 567–587
18. Kertcher, Chen ve Turin, Ornat (2020). «Siege Mentality' Reaction to the Pandemic: Israeli Memes During COVID-19».
19. Kuipers, Giseline. (2008). The sociology of humor. In V. Raskin (Ed.), *The primer of humor research* (pp. 365–402). Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
20. Lynch, Aaron (1998). «Units, Events and Dynamics in Memetic Evolution». *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*
21. Marcuse, Herbert (1964). *One dimensional man: the ideology of advanced industrial society*. London: Routledge.
22. Pishghadam, Reza, et al. (2020). «Cultuling Analysis: A New Methodology for Discovering Cultural Memes».
23. Rauss, Karsten ve Pourtois, Gilles. (2013). «What is bottom-up and what is top-down in predictive coding?» *Frontiers in Psychology*, 4, 276.
24. Radcliffe, N.J. ve Surry, P.D. (1994). «Formal Memetic Algorithm». In T. Fogarty, T. (ed.), *Evolutionary Computing*: 1–16. Springer-Verlag.

25. Shifman, Limor (2012). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society* 187–203.
26. Situngkir, Hokky (2004). «On Selfish Memes: culture as a complex adaptive system».
27. Stephenson, Richard (1951). Conflict and control functions of humor. *American Journal of Sociology*, 569–574.
28. Saussure, Ferdinand de (1916). *Course in General Linguistics*. Ed. Charles Bally ve Albert Sechehaye. Trans. Wade Baskin. New York: McGraw-Hill Book Company
29. Барт, Роланд (2008) Основы семиологии: Нулевая степень письма, 432 с.
30. Барт, Роланд. Рекламное сообщение. Система моды. М.: Изд. Сабашниковых, 2004. С. 409-415.
31. Докинз, Ричард (2016). Эгоистичный ген. Фомина Н.О (Пер.)
32. Дьяков А. В. (2008). Философия постструктурализма во Франции
33. Кокарева, Е. А. (2014). Семиология Р. Барта: письмо, идеология, мифология. Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология.
34. Лысенко, Елизавета. (2018) Мемы в коммуникации молодежи. Вестник СПбГУ Социология.
35. «Что такое мем?» <https://memepedia.ru/about-memes/>
36. inform.kz, 2020 https://www.inform.kz/ru/kakoe-nakazanie-zhdet-kazahstancsev-za-organizaciyu-meropriyatiy-vo-vremya-karantina_a3666847
37. www.thedailystar.net

Instagram-дағы ресурстар:

1. ashyq_aspannn https://www.instagram.com/ashyq_aspannn/
2. alpystogyz <https://www.instagram.com/alpystogyz/>
3. kiyelitezek <https://www.instagram.com/kiyelitezek/>
4. qonandoyle <https://www.instagram.com/qonandoyle/>
5. funlovekz <https://www.instagram.com/funlovekz/>
6. muratdilmanov <https://www.instagram.com/muratdilmanov/>
7. shapalaque <https://www.instagram.com/shapalaque/>
8. konircat <https://www.instagram.com/konircat/>



АИДА ДАРЖАНОВА

КИМЭП университетінде Журналистика және мемлекеттік басқару саласы бойынша білім алған. 2020 жылы Мельбурн университетінің (Австралия) Басқару (Адам ресурстары) магистрі академиялық ғылыми дәрежесіне ие болған. Аида KPMG, ACT, ADM Consulting Group сияқты ірі компанияларда зерттеу және бизнес-консалтинг салаларында 10 жылдан аса тәжірибе жинақтаған. Қазақстандағы гендерлік теңдік қозғалысына, әйелдердің құқықтары мен мүмкіндіктерін кеңейту жөніндегі науқандарға белсенді қатысады. Ол болашақ мансабын зерттеу саласымен байланыстырады, докторлық дәреже алып, Қазақстандағы және бүкіл әлемдегі ғылымның дамуына үлес қосуды көздейді.



АЙДАНА ТЛЕУЛЕСОВА

Каунастағы (Литва) Ұлы Витовта университетінің магистранты. Айдана – тәуелсіз жазушы, қазіргі уақытта педогогтық қызметпен қатар, еріктілер қатарында жұмыс істейді. Маманданған саласы – лингвистика, оның ішінде тілдің, оның ішінде БАҚ тілінің қоғамдағы қызметін зерттейтін әлеуметтік лингвистика және мультилингвизм саласы. Университетте оқып жүрген кезінде Германия, Эстония елдерінде болып, әлеуметтік лингвистика мәселелері бойынша ондаған курстық зерттеу жұмысын жүргізген.



АЙМАН ЖАҢАБЕКОВА

1993 жылы әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетін бітірген. 1998-2001 жж. әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің «Қазақ филологиясы» кафедрасының аспирантурасында оқыған; 2003-2011 жж. А.Байтұрсынов атындағы Тіл білімі институтының «Грамматика» бөлімінде аға ғылыми қызметкер; 2011 жылдан бері аталған ғылыми мекемеде «Қолданбалы лингвистика» бөлімінің меңгерушісі болып қызмет атқарады. Ғылыми зерттеу саласы – Функционалды грамматика және корпустық лингвистика саласының өзекті мәселелері. 2010 жылы «Қазақ тіліндегі уақыт түсінігінің тілдік парадигмасы» тақырыбында докторлық диссертация қорғаған. Филология ғылымдарының докторы А.Жаңабекова – 100-ден аса ғылыми мақаланың, оның ішінде 3 монографияның авторы.



АЙНҰР СЛӘМҒАЖЫ

Қытай (Пекин) Коммуникация университетінің (Коммуникациялық зерттеулер институты) докторанты. Оның алдында әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінде оқып, Баспа істері саласы бойынша бакалавр және магистр дәрежесін алған. Айнұр қазіргі кезде Қазақстанда тұрады. Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің Журналистика факультетінің Баспа ісі және дизайн өнері кафедрасы меңгерушісінің орынбасары және оқытушы болып жұмыс істейді. БАҚ және жеке сектор коммуникациясы саласында тәжірибесі мол. Жеке баспада әуелі журналист, кейін редактор болып жұмыс істеген. Зерттеу саласы – жаңа медиа, саяси коммуникация және халықаралық коммуникация.



АЙНҰР ТӨЛЕУ

Алматы облыстық «Жетісу» радиосының бас редакторы, әдебиеттанушы. Талдықорған қаласына Жетісудың әдебиетші жастарын жинап, Janp әдеби клубын құрған. Орталық Азия ақын қыздарының жинағын құрастырған. «Қазіргі қазақ прозасының мифопоэтикасы» деген тақырыпта диссертация жазған. Абайдың 175 жылдық мерейтойына байланысты ұйымдастырылған Республикалық жыр мүшәйрасында III орын алған.



АЛЛА КИСЛОВА

2020 жылы «Аймақтық процестерді басқару» мамандығы бойынша Қазақ-неміс университетінің магистратурасын бітірген. Бұған дейін «Халықаралық қатынас» мамандығы бойынша бакалаврды аяқтап, БАҚ материалдарына талдау жасай отырып, Орта Азиядағы Қытайдың «жұмсақ» күштерін зерттеген. Алла Орта Азиядағы әлеуметтік-экономикалық және саяси процестерді, сондай-ақ олардың БАҚ-тар арқылы қалай жеткізілетінін зерттеуге қызығады.



АМИНА ҮРПЕКОВА

Қазіргі кезде М. Корвин атындағы Будапешт университетінің докторантурасында оқиды. Мұның алдында С. Торайғыров атындағы ПМУ-дің Тарих және құқық факультетінде және Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-дің Журналистика және саясаттану факультетінде оқыған. 2015-2018 жж. ҚР Президенті жанындағы ҚСЗИ-дің Әлеуметтік-саяси зерттеулер бөлімінде, сондай-ақ «Parasat» жүйелі зерттеулер институтының Әлеуметтік-мәдени даму бөлімінде жұмыс істеген. Әмина қазақ диаспорасы және Қазақстанның диаспора саясаты; этносаралық қатынас және этносаралық кикілжің; Орта Азиядағы көші-қон және кері миграция тақырыптарына қызығушылық танытады.



АННА КЛИМЧЕНКО

Дискурстық анализ және Қазақстан Республикасының тіл саясаты мәселелерін зерттейді. Каунастағы (Литва) Ұлы Витовта университетінің магистратурасын аяқтап, Қазақстандағы тіл саясатын бағалау: Тілдер қолданысы және қазақстандық студенттердің орыс, қазақ, ағылшын тілдеріне тілдік қатынасы» тақырыбында диссертация қорғаған. 2018 жылы С. Торайғыров атындағы ПМУ-де «Жаңа қоғамдағы жастардың әлеуеті: білім және ғылым сапасы» деген тақырыппен ұйымдастырылған студенттердің XIV ғылыми конференциясында II орын алған. Қазақстандағы PIAAC жобасының еріктісі болған.



ҒАЛЫМ ЖҮСІПБЕК

Алматылық тәуелсіз зерттеуші. Сулейман Демирел атындағы университеттің Әлеуметтік ғылымдар кафедрасында оқытушы болып жұмыс істейді. Онда Адам, дін, және ұлт құқығы пәндерінен сабақ береді. Ғалым халықаралық қатынастар саласы бойынша PhD (Анкара университеті, Саясаттану факультеті). ҚР БжҒМ жобаларына қатысқан. Кейінгі кезде инклюзив институттар құру, посткеңестік елдердегі адам құқығының сақталуы, мұсылман әлеміндегі заманауи идеялық трендтер, этностық, діни, гендерлік белгісіне қарай адам құқығын шектеу мәселелерімен байланысты жобаларға қатысуда.



ДАНА УРАЗОВА

Сулейман Демирел атындағы университеттің Журналистика мамандығы бойынша 2021 жылғы түлегі. Болашақта ғылыммен айналысып, қоғам және медиамен байланысты тақырыптарды зерттеуді жоспарлауда. Университетке түспестен бұрын Республикалық «Jarqyn Bolaşaq» тілдер олимпиадасына қатысып, «Language features of schoolchildren» тақырыбында жазған ғылыми мақаласы «Jas ǵalymdar» номинациясы бойынша 1-орынға лайық саналып, Сулейман Демирел атындағы университеттің грантына ие болған.



ДИАНА АЛПЫСБАЕВА

Саясаттану, әлем және қауіпсіздік салаларын зерттеу ісінде тәжірибесі мол, Орта Азия мен ТМД елдеріндегі аймақтық мәселелер саласында жұмыс істеген жас маман. Диана қауіпсіздік пен жан-жақты дипломатияны насихаттайтын Венадағы халықаралық ұйымда жоба ассистенті болып жұмыс істеген. Л.Гумилев атындағы ЕҰУ-де білім алып, шетел тілдері бакалавры дәрежесіне (2016), кейін Гамбург университетінде білім алып, Әлемді зерттеу және қауіпсіздік саласының магистрі академиялық дәрежесіне ие болған (2017). Неміс парламентінде жұмыс істеген (2019). Қазақ, орыс, ағылшын, неміс және француз тілдерін меңгерген. Қоғамдағы гендерлік теңдік қозғалысына белсенді қатысады.



ДИНА ДЖУЗБАЕВА

Академиялық тәжірибесін Бөкетов атындағы ҚМУ-дің Философия және психология факультетінде оқып жүрген кезде, 2012 жылы 1-курста бастаған жас ғалым.

Дина Бухарест университетінің (Румыния) халықаралық қатынас магистрі. Каспий конвенциясы тақырыбындағы магистрлік диссертациясын румын тілінде қорғаған. Динаның негізгі зерттеу бағыты – халықаралық қатынастар (Орта Азия, Балқан елдері), әйелдердің тең құқылығы, халықаралық деңгейде әйелдердің денсаулығы және медиа. Қазіргі кезде халықаралық қатынастар саласында жұмыс істейді.



ДИНАРА АБИЛДЕНОВА

2020 жылдың қыркүйек айынан бастап әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің Мәдениеттану және дінтану кафедрасында аға оқытушы болып жұмыс істейді. Докторлық жұмысына (Цюрих университеті) Қазақстандағы неке рәсіміндегі әлеуметтік нормаларды теориялық тұрғыдан талдауды негіз еткен. Динара әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың зерттеу орталығында және мемлекеттік әртүрлі жобаларда жұмыс істеген. Оның бірі – «Толеранттық және ынтымақтастық – әлемдегі мәдениетаралық қатынас негізі ретінде: Қазақстан қоғамының жаңғыруы контексті бойынша» жобасы осының нақты мысалы бола алады.



ДІЛДАР СЕРДАЛЫ

Сүлейман Демирел атындағы университеттің Журналистика» мамандығы бойынша 2021 жылғы түлегі. Ділдар фото және видеоға бала шағынан әуестеніп, кейін тұрақты айналыса бастайды. Көптеген кино-фестивальге қатысып, шеберлігін шыңдай түседі. Соның бірінде, «Girl Impact the World 2018 Film Festival-де» Ділдардың фильмі әлемдегі жиырма үздіктің қатарына енеді. Болашақта ғылыммен айналысып, журналистика саласындағы білігін арттыруды көздейді.



ЕСЕНГҮЛ КӘПҚЫЗЫ

Журналист, медиа тренер, филология ғылымдарының кандидаты, СДУ-де аға оқытушы болып жұмыс істейді, «Мінбер» ақпарат агенттігінің жетекшісі



ЖАНАР ТЕМІРБЕКОВА

Х.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің ректоры. Жетекші түрік жоғары оқу орындарының бірі – Хаджеттепе университетінде білім алған. Экономика ғылымдарының кандидаты. Жанардың ғылыми ізденісіндегі зерттеу бағыты – еңбек құндылығы, әйел-кәсіпкер, трансформациялық көшбасшылық және Болон процесі. ҚР БжҒМ Ғылым комитеті қаржыландырған бірнеше гранттық жобаға және Халықаралық қорлар жобаларына жетекшілік еткен. 40-тан аса ғылыми жұмысы ғылыми журналдарда және бірқатар мақаласы, оның ішінде импакт факторлы халықаралық басылымдарда жарық көрген. 4 монографиясы басылып шыққан. Индекс Хирша: 5; i10:2, қазақ, ағылшын, орыс, түрік тілдерін жетік меңгерген.



ИЛЬДАР ДАМИНОВ

Вена Дипломатия академиясының түлегі. Қазіргі кезде Вильнюс (Литва Республикасы) қаласында орналасқан Visionary Analytics жекеменшік консалтинг фирмасында ғылыми қызметкер және сарапшы болып жұмыс істейді. Ильдар Орта және Шығыс Еуропа, сондай-ақ Орта және Шығыс Азияны зерттеуге ынталы. Зерттеулерінің басым бөлігі Еуроодақ және посткоммунистік елдердегі саяси үдерістерді салыстырмалы талдауға; Еуропадағы әлеуметтік және білім беру саясатына; саяси коммуникация және контент-анализ; авторитарлық режімнің жұмысы мен эволюциясына арналған.



КРИСТОФ П. МОР

Қазақстандағы және Өзбекстандағы Фридрих Эберт қорының аймақтық директоры. Саяси ғылымдар және халықаралық қатынас (Марбург университеті) бакалавры, басқару және мемлекеттік саясат магистрі (Дармштадт Технологиялық университеті және Сабанчи Стамбул университеті). Халықаралық қатынас саласының докторы. «Қашу, миграция және Еуропадағы солшылдар» (Dietz 2017) басылымының бірлескен редакторы. Ол сыртқы және қауіпсіздік саясатына, жаһандану және қоғамдар мен технологиялардың тоғысы мәселелеріне қызығушылық танытады. Орта Азияға келмес бұрын Берлиндегі (Германия) және Найробидегі (Кения) Қорда жұмыс істеген.



МАЙРА ЖОЛШАЕВА

Филология ғылымдарының докторы, доцент. Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетінің филология факультетін (1991-1996), аспирантурасын (1996-1999) бітірген. Қазір Сулейман Демирель атындағы университеттің «Тілдік білім беру» кафедрасының профессоры. 2016 жылғы «Жоғары Оқу орнының үздік оқытушысы» атағының иегері. Айналысатын бағыттары: синтаксис, морфология, семантика, функционалды грамматика. 2009 жылы «Қазақ тіліндегі аспектуалды семантика: форма және мазмұн» деген тақырыпта докторлық диссертация қорғаған.



МАРГАРИТА БОЧАРОВА

Журналист, медиа-сыншы және зерттеуші. Өлкетану (Орта Азия) магистрі. Алты жылдай Қазақстандағы аз ғана тәуелсіз басылымның бірі – «Үласть» сараптау онлайн-журналында шолушы болып жұмыс істеген. Сонда істеп жүріп, әлеуметтік-саяси мәселелерді егжей-тегжей зерттеп, осы сала маманы ретінде қалыптасқан және ұлттық арнада шағын ақпараттық бағанды жүргізген. Қазір БАҚ-тарға, NewReporter.org-ке шолу хабарлар жазып отырады және FactCheck.kz сайтына журналист және тренер ретінде өз үлесін қосуда. Зерттеу бағыты – ақпараттық саясат, журналистика, медиасауат және әлеуметтік желілер.



МЕДЕТ СУЛЕЙМЕН

ОБСЕ Академиясын бітірген. Саясат және қауіпсіздік магистрі. 2014 жылдан бері Фридрих Эберт қорының Алматыдағы қазақстандық кеңсесінде бағдарламалық қызметкер ретінде жұмыс істейді. Жұмысының негізгі бағдары – сыртқы саясат, жастар саясаты және гендерлік мәселелер. IPS – Халықаралық парламент стипендиясы бағдарламасының түлегі – Германия парламентінің бес айлық стипендиясының иегері.



МЕРЕЙЛІМ ҚАЛЕН

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университетін Халықаралық қатынас мамандығы бойынша бітірген. Мерейлім ЮНФПА-да (2015), Қазақстандағы Фридрих Эберт қорында (2015) және Неміс Бундестагінде (ГФР Парламенті, 2019) тәжірибеден өткен. Қазіргі кезде Қазақстандағы Фридрих Эберт қорында ғылыми қызметкер болып жұмыс істейді. Зерттеу жұмысының негізгі бағыты – әлеуметтік-экологиялық өзгерістер, гендерлік және жастар саясаты.



МОЛДИЯР ЕРГЕБЕКОВ

Өнертану докторы (PhD), Анкара университеті Радио-ТВ-Кинематография бөлімінің түлегі (2000-2010). Қазақ киносының ұлттық мемлекет құру үдерісіндегі рөлі туралы докторлық диссертациясын сәтті қорғап, кейін Темірбек Жүргенов атындағы ұлттық өнер академиясында, Қырғызстан-Түркия Манас университетінде (Қырғызстан), Юта университеті (АҚШ), Газиантеп университеті (Түркия), Сүлейман Демирел университетінде жұмыс істеген. Қазіргі уақытта Алматы Менеджмент университетінде (AlmaU) «Медиа және Кино» факультетінің құрушы деканы. Сонымен қатар әйелдердің Орталық Азиядағы мәдени, әлеуметтік, экономикалық, ғылыми, өнер және саяси салаларда көрінуін қамтамасыз етуге тырысатын феминистік FemAgoqa қоғамдық қорының негізін қалаушылардың бірі. Сыни теория, кино және медиа зерттеулері, ұлттық кинематография, қазақстандық БАҚ-тың саяси экономикасы, гендер және қоғамдық алаң тақырыптарындағы бірнеше зерттеу авторы. Педагогикалық тәжірибесі, зерттеулері, презентациялары мен еңбектері үш негізгі тенденцияға: әлеуметтік теория, медиа зерттеулер және кинотануға бағытталған.



ОРАЗАЙ ҚЫДЫРБАЕВ

Сулейман Демирел университетінің аға оқытушысы, Журналистика магистрі. Медиа, билік және идеология қарым-қатынастарына, сыни дискурс-анализ, Қазақстан медиасының полит-экономикасы тақырыбына қызығушылық танытады. Медианы сыни теория парадигмасы тұрғысынан зерттеуді ықыласты.



НАТАЛЬЯ ВОРОШИЛОВА

52 ғылыми еңбектің авторы, жас ғалым. Қоғам денсаулығын сақтау саласының бакалавры (2017), медицина ғылымдарының магистрі (2019), Оңтүстік Қазақстан Медицина академиясын бітірген. 2018 жылдан бері Оңтүстік Қазақстан Медицина академиясы базасындағы «Пәнаралық рецензияланған журнал арқылы ғылыми-жарияланымдық этиканы дамыту» ғылыми жобасында ғылыми қызметкер болып жұмыс істейді. 2020 жылдан бері «Central Asian Journal of Medical Hypotheses and Ethics» (<https://cajmhe.com>) ғылыми журналында шығарушы редактор қызметін атқарады. Ғылымдағы жетістігі үшін «Taiburyl» Қоғамдық бірлестігі стипендиясының, сондай-ақ «Қазақстан Республикасының Тұңғыш Президенті – Елбасы қорының» студенттік стипендиясының үш мәрте лауреаты атанған.



РАУШАН ДУЛАМБАЕВА

Экономика ғылымдарының докторы, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы Басқару институтының профессоры. ҚазҰУ Философия-экономикалық факультетінің Саяси экономика бөлімінде оқыған. Докторлық диссертациясының тақырыбы – Тұрақсыз жаһандану үдерістері жағдайында ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттігін арттыруға бағытталған мемлекеттік саясат» (2010). Зерттеу бағыты – мемлекеттік саясат, мемлекеттік басқарудың тиімділігі, макрожүйелердің ұлттық және аймақтық бәсекеге қабілеттігі. 200 мақала, 3 монография, 5 оқу құралының авторы, гранттық қаржыландырылатын 10-нан аса жобаға қатысушы және жетекші болған.



ТАИСИЯ МАРМОНТОВА

Тарих ғылымдарының докторы, Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы Дипломатия институтының профессоры. Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-нің тарих факультетін бітірген. 2004 жылы «1926-46 жж. Қазақстан мен Ресейдің ғылыми байланыстары» тақырыбында кандидаттық диссертация қорғаған. Лектор ретінде Таяу және Қиыр шетел университеттеріне шақырылған. Әлеуметтану және этносаясат саласында практикалық жұмыс тәжірибесі мол маман. Зерттеу бағдары – Посткеңестік Орта Азиядағы саяси процестер, еуразиялық ықпалдастық, саяси үдерістерді зерттеу әдістері. 50-ден аса мақаланың, 1 оқу құралының авторы, 3 монографияның бірлескен авторы.



ЯСЕМИН ОЗЕР

Сулейман Демирел университетінің ассистент оқытушысы, «Медиа зерттеулері және журналистика» мамандығының магистратурасында оқиды. Қазақстандағы журналистік білім беру, визуал коммуникация, жаңалық тұтыну зерттеулеріне қызығушылық танытады.

