

СУЛЕЙМАН ДЕМИРЕЛ АТЫНДАҒЫ УНИВЕРСИТЕТ
ҚҰҚЫҚ ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР ФАКУЛЬТЕТІ
ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР КАФЕДРАСЫ

ДИССЕРТАЦИЯ

орындаған:

Озер Ясемин

Магистр дәрежесі үшін

7M03201 – «Медиа зерттеулері және журналистика»

тақырыбы:

АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ФОТОСУРЕТ «КҮШІН» ЗЕРТТЕУ:
ҚОРДАЙ ҚАҚТЫҒЫСЫ МЫСАЛЫНДА

Қаскелең, 2023

СУЛЕЙМАН ДЕМИРЕЛ АТЫНДАҒЫ УНИВЕРСИТЕТ
ҚҰҚЫҚ ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР ФАКУЛЬТЕТІ
ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР КАФЕДРАСЫ

Қорғауға жіберілсін

Әлеуметтік ғылымдар
кафедрасының меңгерушісі
_____ PhD, Нуридденова А.К.

“ ___ ” _____ 2023

ДИССЕРТАЦИЯ

Магистр дәрежесі үшін

7M03201 – «Медиа зерттеулері және журналистика»,

тақырыбы:

АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ФОТОСУРЕТ «КҮШІН» ЗЕРТТЕУ:
ҚОРДАЙ ҚАҚТЫҒЫСЫ МЫСАЛЫНДА

Білімгер: Озер Ясемин

Ғылыми жетекші: Сеңгірбай Мұхтар Жанұзақұлы, PhD

Норма бақылаушы: Нурумов Бахтияр

Қаскелең, 2023

Мазмұны

Аннотация.....	ii
Кестелер тізімі.....	iii
Суреттер тізімі.....	iv
Кіріспе.....	1
Әдебиетке шолу.....	9
1-Тарау. Ақпарат құралдарындағы визуал бейнелер.....	18
1.1 Ақпарат құралдарындағы визуал мен фотосуреттер.....	18
1.2 Визуал коммуникация мен жаңалық фотосуреттеріндегі фрейминг.....	26
1.3 Фотосуреттердің ақпарат құралдарындағы күші.....	33
2-Тарау. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы көрінісі.....	45
2.1 Визуал коммуникациядағы дискурс пен контент анализ.....	45
2.2 Қордай қақтығысының контексі.....	50
2.3. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы визуал көрінісі.....	53
Талдау және нәтижелер.....	68
Қорытынды.....	74
Кемшіліктер мен шектеулер.....	80
Әдебиеттер тізімі.....	81

Аннотация

Бұл зерттеу ақпарат құралдарындағы өнім таратудың элементі ретінде жаңалық медиасындағы фотосуреттерді қарастырады. Фотосурет – қазіргі модерн мәдениеттің бір бөлігі болып саналады. Себебі кез келген адамның күнделікті тәжірибесінде фотосуреттердің алатын орны ерекше. Фотосурет күнделікті жаңалықта, мақалада, арнайы репортаждарда, кез келген әлеуметтік медиа мен мессенджер посттарында да болады. Белгілі бір оқиғаның суретін көрген кезде оның болғанына да қаттырақ сенеміз. Жаңалық медиалары мен ақпарат құралдары сайт дизайнына қарай басты бетке жаңалық пен мақалаларға арнайы фотосурет пен визуал таңдап, кез келген мәтіндік ақпаратты көрнекілеуге тырысады. Десек те визуал коммуникация зерттеулерінде фотосуретті жаһандық және жалпыға ортақ стандарттары қалыптаспаған. Ағылшын тіліндегі зерттеулерде визуал фрейминг зерттеулері тек 10 пайызға жуық мөлшерді қамтиды. Оған қоса Қазақстан масс коммуникация зерттеулерінде де жаңалық фотосуреттеріне бағытталған зерттеулер өте аз мөлшерді қамтиды.

Бұл зерттеуде фотосурет жеке элемент ретінде емес, жаңалық медиасының жалпы композициясы мен контексіне сай қалыптасатын, қалыптастырылатын және сол арқыты аудиторияның ақпарат қабылдауына әсер ететін, оның жеңілдете алатын бір өлшем бірлігі ретінде қарастырылады. Себебі масс коммуникация зерттеушілері фотосуреттің бірнеше мағынаға ие болып, не бейнеленгені түсінікті болса да, интерпритацияға ашық екенін, фотосуреттің түсіндірмесімен ғана оның нақты мағына мен дискурс қалыптастыратынын айтады. Зерттеу тематикалық немесе кейске негізделген бағытта дискурсты зерттеуге тырысады. Қордай оқиғасы мысалында жазылған бұл зерттеу визуал коммуникациядағы ақпарат құралдарының фотосуреттерін зерттеудің әдісін қалыптастырып, аталған қақтығыс мысалында оны қолдануға тырысады.

Зерттеу Қордай қақтығысында қандай заттар немесе адамдар жиі репрезентацияланғанын, олардың қандай фреймдер қалыптастырғанын және сол суреттер мен олардың тақырыбы мен сипаттамасы қандай дискурстарды туындататынын зерттеуге тырысады. Сонымен қатар, зерттеуде ақпарат құралдарындағы фотосуреттің рөлі, фотосурет күші, қақтығыс пен конфликт фотосуреттерінің жаңалық медиасындағы ерекшелігі мен визуал фрейминг теориясын қарастырады. Зерттеудің теориялық негізі күшті ықпал парадигмалары арқылы қалыптасады.

Зерттеу сандық және сапалық, яғни аралас әдісті қолданады. Негізгі фреймдер мен визуал репрезентацияны анықтау үшін сандық контент анализ қолданылса, мағына мен лингвистикалық-визуал байланысты анықтау үшін сапалық әдіс, яғни, дискурс анализ қолданылады.

Кілт сөздер: ақпарат құралдарындағы фотография, визуал фрейминг, визуал дискурс анализ, фотосурет рөлі.

Кестелер тізімі

- Кесте 2.1 *Zakon.kz* сайтының визуал фреймдері
- Кесте 2.2 *Sputnik Қазақстан* сайтының визуал фреймдері
- Кесте 2.3 *Азаттық радиосы* сайтының визуал фреймдері
- Кесте 2.4 Ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің түсірілу қашықтығы

Суреттер тізімі

- Сурет 2.1 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті
- Сурет 2.2 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті
- Сурет 2.3 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреттері
- Сурет 2.4 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті
- Сурет 2.5 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті
- Сурет 2.6 Азаттық радиосы сайтының жаңалық суреттері

Кіріспе

Диджитал технологиялар мен сол арқылы жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарының дамуы жаңалық жинау, өңдеу және оны ұсыну үрдістеріне әсер етті. Кез келген адамның қолында бар смартфонмен айналасында болып жатқан оқиғаны түсіріп, оны жеке блогы, әлеуметтік медиа аккаунты немесе ақпарат құралдарында бөлісе алуы ақпарат өндірудің визуал компонентінің маңыздылығын арттырды. Мәтін мен ақпараттың қасында жарияланатын фотосурет пен кез келген визуал аудитория мен көрерменнің сол оқиға жайлы пікір қалыптастыруына, оқиғаның ойындағы бейнесінің қалыптасуының алғышарты болады. Фотосуреттер мен визуалдардың ақпарат құралдарында жариялануы аудиторияның оқиға жайлы ұжымдық пікірі мен бейнесін қалыптастыруға да әсер етеді. Оқиғалардың иконикалық визуалдары арқылы сол оқиға есте сақталады, оны бірнеше жылдан кейін еске түсіргенде де сол бейнелер қалыптасады және белгілі бір фотосуреттерді көргенде оқиға жайлы ақпарат алған кездегі эмоционалды реакция мен жауап аудитория есіне түсуі мүмкін. Сондықтан масс коммуникация мен соның ішінде визуал коммуникация зерттеулерінде жаңалық медиасына көрнекілік беретін фотосуреттер мен визуалдарды зерттеу маңызды тақырыпқа айналды. Белгілі бір оқиғаны ешқана өзін көрмеген адам сол оқиға туралы түсінігі мен бейнені ақпарат құралдары арқылы қалыптастырады. Ал қазіргі ақпарат құралдарындағы жаңалық пен мақалалар тек мәтіндік тіжерибеге негізделмегендіктен, олардың визуал бөлігін де қарастыру маңызды болып табылады. Көптеген зерттеулер көрсеткендей, медиа қоғамдық пікір мен аудиторияның ақпаратты қалай қабылдайтынын күшті қалыптастыра алады.

Фотосурет бір кадрға сәттерді, эмоцияларды және шындықты түсіретін нарратив пен деректендірудің қуатты құралы ретінде бұрыннан танылған. Ақпараттық құрал мен жаңалық медиасы контекстінде баспа фотосуреттері мен визуалдары ерекше орынға ие, себебі олар нарративтерді қалыптастыруда, эмоцияларды оятуда және жаңалықтарға құнды оқиғалардың визуал дәлелдерін қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады. Баспа фотографиясының құдіреті оның уақытты тоқтатып, өткінші сәттерді сақтау қабілетінде ғана емес, сонымен бірге қоғамдық пікірге әсер ету, әлеуметтік өзгерістерді тудыру және күрделі мәселелерді тереңірек түсінуге ықпал ету қабілетінде де жатқаны бұрыннан айтылып келе жатыр. Фотосуреттің пайда болуы журналистика саласында төңкеріс пен өзгеріс жасап, жаңалықтар агенттіктеріне және ақпарат құралдарына жазбаша мәтіндер мен мақалаларды оқиғалардың визуал бейнелері мен көріністерімен толықтыруға мүмкіндік берді. Баспа фотосуреті жаңалықтарға жеделдік, шынайылық және визуал өлшем әкеледі, олардың әсері мен қатысуын, аудиторияның қызығушылығын да арттырады. Ақпарат құралдарындағы фотосуреттер жаңалықтар медиасы үшін тілдік кедергілер мен мәдени айырмашылықтарды еңсере отырып, әртүрлі аудиторияға оқиғаларды жеткізудің қуатты және әсерлі құралы ретінде қызмет етеді. Бір фотосурет арқылы баспа фотографтары мен фото тілшілер оқиғаның мәнін қамту, оның

маңыздылығын жеткізу және көрермендердің эмоционалды реакцияларын тудыру мүмкіндігіне ие болып табылады.

Бұл диссертация жұмысы ақпарат құралдарында жарияланатын сурет пен мәтін байланысы мен қарым-қатынасын, мәтін мен фотографияның қабылдануы арасындағы динамикалық байланысты зерттеуді мақсат етеді. Зерттеу барысында фотосуреттің репрезентациялық күшімен қатар, фотосурет пен мәтіннің лингво-визуалды байланысы мен дискурс қалыптастыру күші де талқыланады. Зерттеу фотосуретті жекелеген тәуелсіз элемент ретінде ғана емес, оның мәтінмен бірге аудитория ойында қалыптастыруы мүмкін бейнелер мен дискурстарды да талқылайды. Диссертация жұмысы негізінде жаңалық фотосуреттерін қарастырғандықтан, Қордай қақтығысы кезінде түсірілген шынайы фотосуреттер мен бейнелерді табу, көрі және сол арқылы Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы негізгі бейнесін қарастыруды жоспарлайды. Диссертация жұмысында шынайы репортаж фотосуреттері мен сток фотосуреттер мен визуал арасындағы айырмашылық талқыланып, ғылыми тұрғыдан сток фотосуреттерінің ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы рөлі де қарастырылады. Зерттеудің практикалық және теориялық мәні бар. Диссертацияны жазу барысында біз фотосуреттер мен фотожурналистика ақпарат қабылдауына әсер ететіні немесе етпейтіні, яғни, оның «күшін» теориялық жақтан қарастыруға тырысамыз. Бұл үшін біз осыған дейін фотожурналистика әсері мен күшін зерттеген әдебиеттер мен мақалаларды қарастыратын боламыз. Яғни, визуал коммуникация зерттеулерін қарастыру арқылы визуал коммуникация теорияларына, ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотосуреттердің мәні мен мағынасын, оның әсері қандай болуы мүмкін екенін қарастыру арқылы теориялық концептуалды негіз қалыптастыруға тырысып, осыған дейін жасалған және қазір жасалып жүрген зерттеулерге үңілетін боламыз. Зерттеудің практикалық мәні Қордай қақтығысының визуалды бөлігін талдау арқылы қалыптасады. Яғни, біз Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы көрінісін визуал тұрғыдан талдауды мақсат етіп, төменде көрсетілетін зерттеу әдістерімен сұрақтарға жауап беруге тырысамыз. Диссертация жұмысының практикалық мәні фотожурналистер, фото тілшілер, журналистер мен редакторлар үшін қалыптасады. Яғни, фотосуреттердің рөлі мен күшін күнделікті ақпарат тарататын жаңалық медиалары мен көлемді мақала жазумен айналысатын ақпарат құралдарындағы негізгі шешім қабылдаушы адамдар түсінсе, бұл үрдіс пен тәжірибені барынша журналистиканың негізгі мақсаттары мен міндеттерін, бейтарап әдістерді, тәжірибе мен үрдісті қалыптастыруға қадам басуға көмектеседі. Яғни, визуал коммуникация зерттеулері арқылы журналистер мен редакторлар тек мәтін жазу мен ақпаратқа қосылуы керек деректер мен мәліметтерге деген жүйелі мен бейтарап әдістерді ғана емес, ақпаратқа визуал мен фотосурет таңдау үрдісін де барынша ашық, бейтарап және жүйелі етіге кеңестер мен нұсқаулық қалыптастыра алады.

Баспа фотосуретінің күші оның қоғамдық қабылдауды қалыптастыру және әлеуметтік дискурсқа әсер ету қабілетінде де жатыр. Бір ғана иконалық

немесе символға айналған фотосурет бүкіл оқиғаны немесе мәселені бейнелейтін және көрсететін естен кетпейтін өшпес символға айналуы мүмкін. Мысалы Вьетнам соғысы кезінде түсірілген қашып бара жатқан жалаңаш қыздың фокуста болған балалардың суреті немесе қлген денесі жағада табылған сириялық босқын бала Алан Курдидің суреттері осы феноменнің көрінісі бола алады. Бұл суреттер шекарадан асып, жаһандық және әлемдік нарративтер мен әңгімелерді тудырды, эмпатияны тудырды және әрекетті тудырды. Адамдардың сол оқиғаға назар аударып, пікір қалыптастырып, пікір ілдіруіне себепші болды. Журналистикадағы визуалдардың, оның ішінде фотосуреттердің зерттелуі маңызды, себебі олар мәселе мен оқиғаны ортақ түсіну мен қабылдау (*shared perceptions*) қалыптастыру арқылы айналамыздағы шынайы өмірді түсінуге және аудиторияның шынайы қоршаған ортаны қазіргі шақта интерпритациялауына әсер етеді және қалыптастырады (Fahmy, Wock, және Wanta, 2014). Яғни, масс коммуникация мен визуал коммуникация зерттеушілеріне сай, ақпарат құралдарындағы фотосурет тек көрнекілік пен әрлеу үшін емес, оқиға мен іс-шара жайлы аудитория ойындағы бейнеге әсер ету мен оны қалыптастыруға да әсер етеді. Бұл фотосуреттер тек сайт дизайны мен әлеуметтік медиа мен мессенджерлердің техникалық талаптарына ғана емес, аудиторияға барынша нақты мен шындыққа жақын бейнені қалыптастыру мақсатында таңдалуы керек.

Сонымен қатар, баспа фотосуреті биліктегілерді жауапкершілікке тартудың маңызды құралы ретінде қызмет етеді. Оқиғаларды визуал түрде көрсету және құжаттау арқылы журналистер әділетсіздікті, адам құқықтарының бұзылуын және қоғамдағы теңсіздіктерді көрсетіп, әшкерелей алады. Фотосуреттер маргиналды, естілмеген және байқалмаған дауыстарды күшейте алады, хабарланбаған мәселелерге жарық түсіреді және басым мен негізгі нарративтер мен стереотиптерге қарсы тұра алады. Баспа фотосуреті кейде сөзден де асып түсе алғандықтан маңызды болып табылады, тікелей көрерменнің эмоциялары мен сезімдеріне әсер етіп, тек сөзбен жиі жете алмайтын ұзақ әсер мен естелік қалдырады. Дегенмен, баспа фотосуретімен байланысты этикалық ойлар, ұстанымдар мен қиындықтарды мойындау керек. Фотосуреттің визуал табиғаты сенсацияға, манипуляцияға немесе оқиғаларды бұрмалау мүмкіндігіне әкелуі мүмкін. Жауапкершілік тек фотографтардың өздеріне ғана емес, сонымен бірге жаңалық медиасы, ақпарат құралдары мен редакторларға да бейнеленген тақырыптардың дәлдігін, объективтілігін және құрметін қамтамасыз ететін этикалық нұсқауларды ұстануға міндетті. Себебі фотожурналист түсірген фотосуреттерді жариялап жарияланбайтыны редактор мен журналистің де қолында болып табылады. Баспа фотосуретінің күшін этикалық тәжірибелермен теңестіру ақпарат құралдарының сенімділігі мен тұтастығын сақтау үшін өте маңызды.

Зерттеу проблемасы. 2020 жылы 7 ақпан күні Жамбыл облысының Қордай ауданында тұрмыстық кикілжің жаппай тәртіпсіздікке ұласты. Тас атып, таякпен ұру, қару қолдануға да жеткен қақтығыс нәтижесінде ресми дерек бойынша, он бір адам қаза болып, жүз алпыстан астам адам жарақат

алды, үйлер, дүкендер мен көліктер қиратылды. Қақтығыстан кейін Қордайдағы шекара бекеттерінің бірінде екі жүзге жуық дүнгендер, шекаралас елді мекендердің тұрғындары, қазақ-қырғыз шекарасынан өтуге тырысты. Ресми деректер мен мәлімдемелерде бұл қақтығысқа «ұлтаралық қақтығыс» мәртебесі берілмесе де, сол жақтың жергілікті тұрғындары бұрын тұрмыстық кикілжіндердің осындай көлемді оқиғаға ұласпағанын айтады (Молдабеков, 2020).

Осы кезде әртүрлі медиа арналар арқылы қақтығыстың, қақтығысқа қатысқан этникалық топтардың, қақтығыс салдарының көптеген суреттері жарияланды. Бұл суреттер көбіне ресми сайттар арқылы емес, әлеуметтік медиа мен мессенджерлер арқылы таралды. Түні бойы жалғасқан қақтығыстың видеолары, фотосуреттері мен аударылар таңертеңге дейін таралып, кей мессенджер мен әлеуметтік медида, тіпті, адамдарды ұлтаралық алауыздыққа шақыратын аудио мен видеолар да тарады. Бұқаралық ақпарат құралдары аудиториясының негізгі бөлігі сол оқиғаны өз көзімен көре алмағандықтан, медида жарияланатын фотография – «алыстағы өзгенің» азап шегуін көрсететін негізгі дереккөз болды (қараңыз: Chouliaraki, 2010). Яғни, Қордай қақтығысының арасында және ішінде болмаған адамдар тек таралып жатқан бейнелер мен ақпарат арқылы ғана шындықтың бейнесін қалыптастыра алатын болды. Бұл – тек Қордай қақтығысы ғана емес, айналамызда болып жатқан кез келген оқиғадан қалыптастыратын ойымыздағы бейнеге де байланысты. Өзіміз тұратын қалада да болып жатқан бүкіл оқиға біздің жеке тәжірибемізге жатпайды, яғни, сол қиға жайлы пікіріміз бен бейнемізді біз тек ақпарат құралдары мен жаңалық медиасында, мессенджерлер мен әлеуметтік медида жарияланатын ақпарат, мәтін мен визуалдар арқылы қалыптастырамыз. Ал қақтығыс кезінде мессенджер мен әлеуметтік медида жарияланатын хабарлар, тіптен, ақпарат құралдары мен жаңалық медиасы бақылауында ұстай алатын нәрсе болмағандықтан, осы кезде адамдардың ойында онсыз да бар бейнелерді барынша шындықтың рефлексиясына жақындата алу өте маңызды. Сол үшін осындай оқиғаларда ақпарат құралдары мен жаңалық медиасы аудитория тарапынан өндірілген ақпарат пен визуалдарға да назар аударып, тек шындықтың бір көрінісі болып табылатын бейнелер мен визуалдарды барында жүйелі және бейтарап әдістерге сүйенетіндей қалыптастыруға баса назар аударуы керек. Сонымен қатар, қақтығыс кезіндегі және одан кейін жарияланатын фотография бұл оқиғаның қалай есте қалатынына және адамның оқиғаға деген көзқарасын қалыптастыруына, аудиторияның оқиға масштабын түсінуіне әсер етеді. Техника мен технологияның дамып, күнделікті өмірдің өзгеруіне қарамастан, біз мағынаның көп бөлігі суреттер арқылы қалыптасатын «визуал мәдениетте» өмір сүреміз (Evans және Hall 1999: 2). Яғни, күнделікті тәжірибеміз бен қабылдаған шешімдеріміз бәрібір көбіне визуал суреттер арқылы қалыптасады және сол арқылы басқаларына да тарайды.

Бірақ фотография – репрезентация жүйесінің бір бөлігі ғана. Яғни, фотография да мәтін, музыка және таңбалармен қатар интерпритацияны талап етеді (Hall, 1997: 2). Бұл интерпритацияға жергілікті мәдениетпен қатар,

фотографтың бейнелік жақтауы, журналистің бейнелік мәтін байланыс жасауы және масс медиа құралының жасаған репрезентациясы мен бейнелік риторикасы да әсер етеді. Яғни, фотографияны қаншалықты шындықты көрсетіп, өтірік айта алмайды дейтін болсақ та, фотографияны түсіру де фотожурналист пен фото тілшінің жеке тәжірибесі мен мәдениетіне негізделеді. Фотожурналист оқиға барысында фотосуретті қай жерден түсіріп, қай бөлігін аудиторияға көрсетуді де таңдайды. Түсірілген фотосуреттердің де барлығы жарияланбайды, журналист пен редактор да оның қайсысы мәтіннің қай бөлігіне қосылып немесе қосылмайтынын таңдайды. Осындай үрдістен кейін жарияланған фотосуреттер мен визуалдардың түсінілуі де бір мезетте болатын нәрсе емес. Аудитория да сол фотосуреттерді жеке тәжірибесі, осыған дейінгі білі мен тәжірибесіне, мәдениетіне сай түсініп, интерпритациялауға, соған сай белгілі бір шешім қабылдап, бейне қалыптастыруға әрекет етеді.

Визуалды жақтау (*visual framing*) зерттеулері жақтау зерттеулерінің маңызды бөлігіне айналып жүр. Coleman визуалды жақтауды “фотосурет түсіру, кесу, өңдеу немесе таңдау кезінде бір көріністі, ракурсты немесе бұрышты таңдау деп сипаттайды (Coleman 2010: 237), сол үшін сурет түсіргенде жасалатын кей таңдаулар оқиғаны түсіну мен интерпритацияға тікелей әсер ететінін алға тартады (Coleman 2010: 235). Баспа фотосуретінің күшін түсіну арқылы жаңалық медиасы мен бұқаралық ақпарат құралдары эмпатияны дамыту, әлеуметтік өзгерістерді ынталандыру және ақпараттандырылған және белсенді қоғамды алға жылжыту үшін өзінің әлеуетін пайдалана алады. Осы диссертация жұмысы да журналистік нарративтер мен баяндаудың маңызды құрамдас бөлігі ретінде баспа фотосуретінің маңыздылығын және оның бұқаралық ақпарат құралдарына айтарлықтай әсерін көрсете отырып, визуалды коммуникация бойынша зерттеулердің өсуіне ықпал етеді деп үміттенеміз.

Бізді фотосуреттердің өзі ғана емес, олардың жасаған әсері де қызықтырады. Зерттеудің мақсаты – қақтығыс кезінде ақпарат құралдарының қолданған суреттеріне категориялық тұрғыдан талдау жасау. Сонымен қатар, осы зерттеу визуалды бейнелерге және олар арқылы суреттің артындағы шындыққа аудиторияның беретін бағалаудың әлеуметтік мәнін түсінуді мақсат етеді.

Зерттеу сұрақтары. Бұл зерттеу негізгі өлшем бірлігі ретінде жаңалық медиасында жарияланатын фотосуреттерді қарастырғандықтан, біздің зерттеу сұрақтарымыз да ақпарат құралдарындағы фотосуреттерге бағытталады. Яғни, мәтін мен жаңалықты да қоса қарастырсақ та, негізгі талдау фотосуреттерге және сол фотосуреттердің қасындағы мәтін мен тақырыпқа жасалады. Сол үшін зерттеудің негізгі мақсаты мен сұрақтары фотосуреттердің әсер ететін дискурс пен репрезентациясы арқылы айқындалады.

Бірінші зерттеу сұрағы: Ақпарат құралдарындағы фотосуреттер ең көп кімнің/ненің репрезентациясын көрсетті? Бұл сұрақта біз ақпарат құралдарындағы Қордай қақтығысының жалпылама визуал репрезентациясын,

қандай суреттер мен визуалдар қолданылғанын және олардың қалай түсірілегінін, қашықтығы мен фокусын талдайтын боламыз.

Екінші зерттеу сұрағы: Қордай қақтығысының визуал репрезентациясы кезінде қандай фреймдер қалыптастырылды? Екінші сұрақта біз фотосуреттерде кездескен негізгі бейнелерді категорияларға бөліп, фреймдерді анықтауға тырысамыз. Яғни, бұл зерттеуде ақпарат құралдары ең көп нені және кімді көрсеткенін түсіну маңызды болып табылады.

Үшінші зерттеу сұрағы: Ақпарат құралдарындағы Қордай қақтығысының ең авторитарлы немесе басым дискурсы қандай? Бұл зерттеу сұрады сапалық дискурс анализ арқылы фотосуреттердің тақырып пен сипаттамамен бірге қандай дискурс туындатуы мүмкін екенін анықтауды мақсат етеді.

Зерттеу мақсаттары. Бұл зерттеу визуал коммуникация теорияларына негізделіп, фотосуреттердің қандай фреймдер, нарративтер мен дискурстар қалыптастыруы мүмкін екенін, ақпарат құралдарында жарияланатын фотосуреттердің күші қандай болатынын және Қазақстан ақпарат құралдары контексінде визуал коммуникация зерттеулеріне үлес қосу болып табылады. Осыған байланысты бұл диссертация жұмысының мақсаттары төмендегідей болып табылады:

- Ақпарат құралдарындағы фотосурет рөлін анықтау;
- Ақпарат құралдарында таратылатын фотосуреттердің фреймдері мен нарративтерін түсіну;
- Визуал коммуникацияның зерттеу әдістері ретінде сандық контент санализ бен дискурс анализді Қазақстан контексінде қолдану;
- Таралған бейненің ақпарат құралдарында қалай қолданылғанын талдау;
- Қордай оқиғасының визуал репрезентациясын талдау.

Теориялық негіздеме. Бұқаралық ақпарат құралдары бейтарап болуға тырысқанымен, жарияланған ақпарат пен мәліметтер және аудио-видео, фотосуреттер адамның ақпарат қабылдауына немесе оны қалай есте сақтайтынына тікелей әсер етеді. Қазіргі масс медиа мен ақпарат құралдарында фотосуреттерді оңай көбейтуге болады, смартфондардың қолжетімділігі фотосуретті түсіру үрдісін де оңайлатты. Бірақ сол үшін қазіргі журналистер мен редакторлар ақпаратына аудитория тарта алу үшін ерекше әсерлі фотосуреттерді таңдауға міндетті. Себебі визуал тәжірибеге сүйенген аудитория кез келген жаңалықтың қасында фотосуреттің болуын да күтеді. (Rössler жб, 2011: 415). Бір сурет мың сөзден артық болса да, визуал коммуникация зерттеулері үшін бұл тіркес тым романтизацияланған болып саналады. Себебі өздігінен тұрғанда фотосурет бірден тікелей мағынаны бермейді. Оны көру мен фотосуретте не бейнеленгенін анықтау үшін белгілі бір тілді білу қажет болмаса да, оның контексі мен қандай мағына беретінін білу үшін фотосуреттерді тақырып пен сипаттамасымен бірге қарастырған жөн. Аудитория фотосуреттерді қараған кезде қабылдамайды. Фотосуреттер интерпритацияға ашық болғандықтан, адамның осыған дейінгі білімі,

тәжірибесі мен мәдениеті де оның сол символданды түсінуіне әсер етеді. (Hall, 1997: 4).

Фотосуреттердің оқиға репрезентациясы мен адамның сол оқиғаны интерпритациясына және аудиторияның ақпарат қабылдап, оқиғаға мағына беруіне әсерін көрсеткен зерттеулер жасалған. Десек те, Қазақстандағы медиа зерттеулерінде фотографияны зерттеу – тың тақырып және қазақстандық медиа кеңістікте фотографияның алатын орны және оның қолданысы, аудиторияға әсері, жергілікті мәдениеттегі адамдарға фотографияның ықпалы көп зерттелмеген. Фотография мен фотосуреттердің журналистік мақала, жаңалық немесе кез келген журналистік өнім жанрына қалай таңдалып, қалай берілетінін зерттеу Қазақстандағы ақпарат құралдарының мақалаға сурет таңдау кезінде журналист пен редакторлардың қолданатын факторларын анықтауға көмектеседі. Сонымен қатар, сол суреттердің мәтін контекстімен байланысы, оқиға кезінде таралатын негізгі бейнелерді анықтау адамдардың сол оқиға жайлы қандай пікірде немесе көзқараста екендігін, журналистердің оқиға бейнесін қалай қалыптастырғысы келгенін көрсетеді. Ал, фотография адамға ақпарат алу кезінде әсер етіп-етпейтінін, әсер етсе, қалай, қандай жағдайда әсер ететінін анықтау – барынша бейтарап етіп мақалаға сурет таңдау барысында журналистерге практикалық кеңестер мен ұсыныстар әзірлеуге көмектеседі.

Бұл зерттеуде біз фотография тек адам назарын аудару үшін қолданылмайтынын, визуалды фрейминг (framing) және визуал репрезентация адамның ақпаратты қабылдауына, әрекет етіп, шешім шығаруға да итермелейтінін алға тартып, зерттеуге тырысамыз.

Зерттеу нысаны. Зерттеудің негізгі өлшем бірлігі ретінде жаңалық медиасындағы әр жаңалықтың фотосуреті алынды. Нысанға алынған Zakon.kz, [Sputnik Қазақстан](http://Sputnik.kz) мен Азаттық радиоларының сайттарындағы 2020 жылы 7, 8 және 9 ақпан күнгі жаңалықтарға сапалық және сандық анализ жүргізіледі. Бұл нысан негізгі мақсат пен сұрақтарға қарай анықталған. Бізге Қордай қақтығысы кезіндегі репрезентация мен бейне маңызды болғандықтан, қақтығыс басталған және жалғасын тапқан негізгі үш күн алынды. Сонымен қатар, дискурс үшін көлемді деректер маңызды болмағандықтан, үш ақпарат құралының тек үш күндік жаңалықтары қарастырылды.

Зерттеудің қосқан үлесі. Бұл зерттеу Қазақстанда осыған дейін аз зерттелген визуал коммуникация зерттеулеріне үлес қосуды мақсат етеді. Осы диссертация жұмысы арқылы біз болашақтағы фотосуреттердің, соғын ішінде жаңалық визуалдарының талданып, зерттелуіне сандық және сапалық әдістерді Қазақстан шындығына қарай бейімдеуге тырыстық. Сонымен қатар, бұл зерттеу болашақтағы Қордай қақтығысының репрезентациясын тереңірек зерттеу үшін де жақсы негіз болып табылады.

Зерттеуде тек Қордай қақтығысы ғана емес, фотосуреттердің рөлі, фотосуреттердегі фрейминг, фотосуреттерді зерттеу әдісі ретінде контент пен дискурс анализ бен шетелде зерттелген фотосурет күші туралы зерттеулерді қарастырғандықтан, қазақ тіліндегі визуал репрезентацияна зерттеу үшін концептуалды тірек қалыптастыруға қадам басылды. Сонымен қатар,

әдебиеттерге шолу бөліміндегі конфликт пен қақтығыс кезіндегі фотографиялардың зерттеу анализі болашақтағы зерттеулерге не нәрсеге назар аудару керектігін көрсете алады.

Практикалық тұстан қарағанда бұл зерттеу фотожурналистер мен журналистер, редакторлар мен тілшілердің ақпаратқа фотосурет қосқан кезде дискурс пен мағынаға назар аудару керектігін, идеологиялық және авторитарлы дискурстардың құрбаны болатын медиа болып кетпес үшін фотосуреттердің жаңалық пен ақпарат құралдарындағы маңызды рөлі мен оларды таңдау белгілі бір жүйелі және бейтарап әдіске сүйену керектігін көрсетті деп ойлаймыз.

Әдебиетке шолу

Қазіргі кезде ақпарат құралдарындағы мақала, жаңалық және кез келген өнімді визуалсыз, яғни фотография, иллюстрация, сурет немесе басқа да көрнекі немесе шын бейнесіз елестету мүмкін емес. Сайтта немесе әлеуметтік желіде мақаланың негізгі суреті міндетті түрде болады. Сурет те ақпарат туралы мағынаны тасып, біздің сол ақпарат туралы пікірімізге әсер етуі мүмкін. Сонымен қатар, сол сурет ақпараттың адам ойындағы бейнесін де қалыптастыруға әсер етеді. Медиадағы суреттер белгілі бір оқиғаны легитимизациялауға немесе оның болғанына күмәнмен қарауға да алып келуі мүмкін. Сол үшін ақпарат және сол ақпараттың оқырманға деген әсері тек мәтіннен емес, визуалдың қолданылуынан, визуал мен мәтіннің қарым-қатынасынан туған дискурстан да қалыптасады.

Қақтығыс кезінде түсірілген фотографиялар медиа үшін маңызды, себебі олар арқылы қақтығысқа тікелей қатысы жоқ және сол конфликт жеке тәжірибесіне жатпаған адамдардың ойы мен сол қақтығыс бейнесі жаңалықтар медиасында жарияланатын визуалдар мен фотосуреттер арқылы қалыптасады. Осы әдебиеттерге шолу бөлімінде біз осыған дейін жаңалық медиасындағы қақтығыс мен конфликт фотосуреттері, сол фотосуреттердің қалыптастырған фреймдері мен берген әсері жайлы зерттеулерді шолып өтетін боламыз. Әдебиеттерге шолу бөлімі жақсы ұйымдасу үшін бұл жерде қақтығыс пен конфликт сияқты маңызды оқиғаларда медиатизация мен визуал репрезентацияның орны, фотосуреттердің әсері жайлы зерттеулер мен оларға қарсы пікірлер және визуал коммуникация зерттеулерінің бастапқы және соңғы онжылдықтағы өзгерістері жайлы әдебиеттерді қарастыратын боламыз.

Mortensen және басқаларының (2017) пікірінше, соңғы ғасырда журналистика визуалдар мен суреттер арқылы қатты дамып, әсерленеді. Қазіргі кезде күнделікті болып жатқан оқиғалар, соның ішінде конфликт пен қақтығыстар медиацияланған және олардың суреттері аудиторияның назарын аудару, эмоция беру және пікірге әсер ету күшіне ие болады. Осындай соғыс суреттері символикалық және «қару» ретінде де сипатталады (Parry, 2010). Тіл мағыналарды таситын символикалық элемент саналса, визуал репрезентация феномені де қазіргі кезде күнделікті өміріміздің бір бөлігіне айналып, масс коммуникация зерттеулерінің маңызды бөлігіне айналды. Сонымен қатар, фотография қазіргі оқиғаларға қоғамның назарын бұратын, адам факторын қосу арқылы аудиторияға өзекті болатын және сол арқылы әлеуметтің дамуына ықпалын тигізетін маңызды факторға айналды. Сол үшін визуал коммуникация теорияларының зерттеушілері соғыс репортаждарына келгенде фотография екінші деңгейлі бір элемент немесе үстірт қаралмауы керек екенін алға тартады.

Себебі фотография сол репортаж, мақала мен оқиғаны сыни рефлексия үшін конструктивті және мағыналы мысал береді (Der Derian, 2009). Медиацияланған кез келген конфликт немесе қақтығыста журналист пен редактордың мәселелерге ықпал қойып, кейбір нәрселерді басқаларына қарағанда басымырақ немесе маңыздырақ етіп көрсетуі адамдардың қатысы бар адамдарды түсінуіне де әсер етеді. Жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарында визуал мен фотосуреттер басуға арналған навигация (басты суретті басқан кезде жаңалыққа өтетін сілтеме ашылатыны мензеліп тұр) және кірігу нүктесі (*entry point*, яғни баспа және онлайн медиада екінші және үшінші деңгейлі назар аударуға дейін көзге ерекше түсетін негізгі мәтіннен үлкенірек элементтер) ретінде қызмет ете алады. Визуалдардың артуын зерттеушілер бірнеше фактормен түсіндіруге тырысады. Олардың пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі аудиториясының жеке тәжірибесі визуалды түрде қалыптасқандықтан, олар өздеріне келетін ақпарат пен хабарламалардың да визуал түрде болғанын, оқып, қорытындылауы көп уақыт алмайтындай болуын қалайды (Dobernig және Lobinger, 2010).

Баспа фотографиясы визуалды журналистиканың негізгі ірге тасы болумен қатар, визуал нарратив пен сторителлинг үшін маңызды элемент болып табылады. Зерттеушілер сол фотографиялар мен визуалдардың адам эмоциясы мен сезімдеріне әсерін ғана емес, визуалдардың күрделі ақпаратты түсініктірек ететінін де зерттеулерде алға тартады (Campbell және Durden, 2013). Фотография оқиғаларда әртүрлі фреймдерді қалыптастыруы мүмкін. Бірақ сол орайда фотожурналистиканың дәстүрлі қызметі немесе қағидаларын да ұмытпаған жөн. Фотожурналистика, сонымен қатар, оқиғаға куәгерлік жасау рөлін орындау барысында фотожурналистер мен фото тілшілерді шындыққа драма мен әсер қосу, түпнұсқа және қайталанбайтын сурет түсіру мен фотожурналистиканың этикалық стандарттары мен адамның жеке шекарасын аттамау сияқты фотографиядан күтілетін нәрселердің арасында баланс сақтауға мәжбүрлейді (Howe, 2002). Фотожурналистің этикасы, сонымен қатар, баланс пен нақтылық, бейтараптық пен адамның даралығы мен намысын таптамауды да қарастыруға тиіс болады. Бір жағынан фотография, оның ішінде баспа фотографиясы өзінің шынайылық эстетикасы мен сезім мен эмоционалды тартуы мен байланысы арқылы медиа мен ақпарат құралдары жаңалықтарының дискурсына араласудың ең жақсы формасын ұсынады деп айтуға болады. Себебі көп ретте фотография және баспа фотографиясы оқиғаның болғанын, қалай болғанын, үрдісі мен зардабын көрсетуге таптырмас құрал болып табылады. Визуалды түрде көрінген бейнелер мен кадрлар оқиғаның маңыздылығын көрермен мен оқырман үшін арттыра алады. Ал екінші жағынан алып қарайтын болсақ, фотография мағынасының екі ұштылығы, интерпритациясының нақты болмауы мен куәгер болудың саясаты арасындағы карама-қайшылықтар фотографияның баспа фотографиясы ретінде фреймдер мен мағынаны тым қатты өзгертіп, шектен шығып кетуі мүмкін екенін де айтуға болады (Butler, 2009: 11). Яғни, баспа мен медиа жаңалықтарының фотографиямен көрнекіленуі оқиғаға қандай рең, мағына мен дискурс беретіні

жайлы зерттеушілердің әртүрлі пікірлері мен ұсынатын теориялары бар. Сол үшін ақпарат құралдары, баспа мен медиадағы фотографияны әрқашан қақтығыс, конфликт, соғыс пен басқа кез келген оқиғадағы фреймдер мен дискурстардың дұрыс қалыптасуы үшін ғана қолданыла алатынын айту қиын. Оған қоса, баспа фотографиясы таңдалатын өнім мен элемент ретінде саналады (Griffin, 2004: 383), себебі фото тілші түсірген фотографиялардың барлығы баспаға жетпеуі мүмкін, медиа мен ақпарат құралының редакторы, журналисі мен авторы мәтіндегі дискурс пен мағынаға сай суретті таңдап алады. Бұл таңдау үрдісі эстетика, нарративтің қалыптасуы, символика мен бұдан басқа алуан түрлі себепке негізделе алады. Ал күнделікті жаңалық таңдау мен жаңалық жариялау үрдісі жаңалық құндылықтары мен саяси немесе басқа бір идеологияларға байланысты таңдалып жарияланатыны сияқты, фотожурналистика да «екі тарапты емес» және «мағыналы» бір визуалдар мен бейнелерді көрсету арқылы маңызды нәрселердің ақпарат құралдарында орын алуы мен көрсетілуін қамтамасыз етуі керек (Galtung and Ruge, 1965). Десек те, зерттеушілер ақпарат жарияланатын кезде оның тек дәстүрлі тәжірибе, ережелер мен стандарттарға ғана емес, аудиторияның нені күтетініне байланысты да қалыптасатынын, сол үшін нақты және бейтарап бола алмайтынын айтады. Фахми өз зерттеуінде (Fahmy, 2005: 150) ақпарат құралдары мен медиа оқиғаның бүкіл жақтарын көрсетуді мақсат етіп қаласа да, аудиторияның қалыптасқан құндылықтары мен сенімдерін сақтау тек күтілетін нәрсе ғана емес, ақпарат құралдары мен фотожурналистика үшін қажет нәрсе екенін де атап өтеді.

Баспа медиасында фотографиялар жаңалық рөлінің маңыздылығын арттырып, адамның назарын аударту және негізгі түйін, идния мен аргументті жеткізуді мақсат етеді (Griffin, 2004). Фреймингтің басқа құралдары сияқты визуалдар да, зерттеушілердің пікірінше, жарияланып жатқан оқиғаның кей аспектілері мен тұстарын көбірек көрінетін, есте қалатын және әсерлі етуге қызмет етеді (Pan және Kosicki, 1993). Бұған қоса, фотосуреттер мен визуалдар вербалды емес коммуникация құралы болғандықтан, олар вербалды түрде жасалмайтын кейбір интерпритация мен хабарлама, идея мен идеологияларды да аудиторияға жеткізуі мүмкін. Қазіргі заманның жаңа тілі мен ақпарат тасымалдау және тарату формасының қалыптасын жатқанын Манович (2018) те атап өтеді. Ол цифрлы және диджитал нәрселердің күнделікті өмірдің басым және доминант бөлігін алатынын біздің өмір сүру дәстүріміз бен үрдісімізді өзгертетінін, сол арқылы біз қалыптастырып жатқан шындықтың да өзгеріске ұшырайтынын айтады.

Ақпарат құралдарында қалыптастыратын фреймдерде визуал бейнелер мен фотографиялардың да рөлі болғандықтан, олар күн тәртібін қалыптастыру теориясында да орын алады. Визуал коммуникациядағы фотосурет күші мен қақтығыс фотографиясы туралы кей зерттеулер фотосуреттердің жаңалық элементі ретінде жаңалық тақырыбы мен олардың таңдалып, приоритет берілуіне әсер ететінін талдайды. Фотосуреттер кейбір мәселелерді ерекше етіп көрсетіп, оларды атап өтіп, маңыздылығының қоғам қабылдауына әсер ете

алады (Strömbäck және Sjøvaag, 2013). Жаңалық медиасының жалпы композициясы, контексті мен фокусы аудиторияның жаңалықты түсіну мен интерпритациясына әсер етеді. Яғни, жаңалық пен ақпарат құралдарында жарияланатын өнім аудиторияға әсер ететін болса, бұл нәрсе тек бір элементтен емес, визуал, мәтін және бұдан басқа бүкіл қосылатын элементтердің ұжымдасқанында қалыптасады. Сонымен қатар, фотосуреттер мағынаның күші бар тасушысы ретінде саналады, ол біздің оқиға жайлы не білетінімізді түбегейлі өзгертуге де әсер ете алуы мүмкін. Осыдан баспа фотографиясы мен визуалдары, жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарында жарияланатын бейнелер мен фотосуреттердің белгілі бір суреттердің таңдалып, оларға назар аударылуы арқылы күн тәртібі теориясының қалыптасуына да әсер ете алатынын көруге болады. Perlmutter және әріптестері (2004) Ирак соғысында фотосуреттер мен визуалдардың нарративті қалай қалыптастырғанына анализ жасап, фотосуреттердің таңдалуы мен олардың шындықты қалыптастыратын күшінің манипуляциялануы адам ойы мен қоғамдық пікірге әсері бола алатынын қарастырған болатын. Осы сияқты Вьетнам соғысын зерттеген зерттеушілер де соғыс фотосуреттерінің мобилизация мен қақтығыстың фреймингіне әсер ететінін айтады.

Бастапқыда фотожурналистика мен деректі фотографияны қарастырған зерттеулерде фотожурналистика адамдарды бейнелеуде де, медиа мен ақпарат құралдары арқылы оқиға фреймдері мен зардап көріп, жапа шегіп жатқан «басқаларды» бейнелеудегі қателіктері үшін шабуылға ұшыраған еді. Себебі зерттеулер әлсіз субъектілер, яғни, жанал, қақтығыс пен конфликтке тікелей қатысы бар жәбір көрушілер, куәгерлер, құрбандар («олар»), әдетте, әлеуметтік күші басымырақ болған топтар («біз») арқылы бейнеленеді, суретке түсіріледі және қаралады (Rosler, 1989: 307). Демек, бұл жердегі қауіп сол қақтығыстар мен конфликтілердің алыстағы адамдар арқылы бейнеленіп, саяси тұрғыдан бұл оқиғаларды легитимизациялауға немесе оларға басқа рең алып келуге дейін аппаратынынан туындайды. Фотографияға деген сын, сонымен қатар, оның ақпарат беруге шамасыз болуы, әлеуметтік тұрғыдан бөлінген немесе жапа шегіп, жәбір көріп жатқан әлемді әдемілендіріп, романтизациялауы және оның бірнеше мағынаға ие бола алуы үшін туындаған болатын (Sontag, 1979). Бірақ қазіргі диджитал заман «кез келген адам мен кез келген нәрсені фотографияға айналдыра алғандықтан», қазіргі кезде де визуал реторика, эстетика және репрезентацияның саяси бөліні жайлы дебат пен қарама-қарсы пікірлер жалғасып жатыр (Azoulay, 2008: 146).

Қақтығыс фотографиясы ғана емес, жалпы ақпарат құралдарындағы визуалдар мен бейнені зерттеген кезде визуал репрезентация мен репрезентация этикасын да қарастырып өту керек. Себебі кез келген фотожурналист журналистиканың жалпы талаптары, ережелері мен стандарттарынан ауыстқымауы керек. Сонтаг (2003) фотожурналистер мен адамдардың жапа шегіп, жәбір көріп жатқанын түсіретін тілшілердің этикалық талаптары мен мәселелерін атап өтеді. Ол осындай фотографияларда этикалық талаптарды сақтай алу үшін контекст және репрезентация мәселесіне жауапкершілікпен

қарау керек екенін атап өтеді. Яғни, кез келген фотография жалпы контекст, мәтін мен репортажға сай болып, бүкіл тараптардың бейтарап түрде көрсетілуі маңызды деп санайды. Гуд (Good, 2012) те фотожурналистикада адам құқықтары мен графикалық суреттер мен визуалдар арқылы келуі мүмкін зиянның арасындағы кішкентай айырмашылықты ұмытпау керек екенін ерекше атап өтеді. Оның сөзінше, қақтығыс кезіндегі фотожурналистер шындықты деректі етіп түсіру және оқиғаға қатысы бар адамдардың ары мен намысына кесірін тигізбеу арасында баланс сақтай алуы керек. Бірақ осы орайда фотожурналистердің жеке моральдық және кәсіби этикалық шешімдер мен дилеммалардың арасында қалатынын ұмытпау керек. Себебі кез келген журналист сияқты фото тілші мен фотожурналист те көрген конфликт пен қақтығыстары, соғыстар мен басқа да оқиғалар мен сол жақтағы субъектілермен қарым-қатынасынан травма алуы мүмкін (Walsh, 2018). Bleiker (2001) де осы орайда фотожурналистердің тәжірибесі шектеулі екенін айтып өтеді. Ақпарат құралдары, кейде, сенсация мен ерекше жаңалықтарды, коммерцияны алғашқы орындарға қойғандықтан, фотожурналист шектеулі мүмкіндігімен түсірген суреттердің арасынан тек медиа мен ақпарат құралындағы жаңалық немесе мақала дискурсына сай фотографиялар мен визуалдар ғана мақала көрнекілігі ретінде жарияланады.

Қақтығыс пен конфликт фотографияларында баспа медиасы мен басқа да ақпарат құралдары жетекші рөл атқарады. Себебі ол сол оқиғаның басқа адамдарға да жетіуне тікелей әсер етеді. Интернет пен ақпаратқа қол жетімділік кең таралып, белең алғанымен, жаңалық медиасы мен күнделікті ақпарат тарату құралдары алыстағы басқалардың тәжірибесін аудиторияға көрсететін негізгі құрал болып қала береді а (Hoskins және O’Loughlin, 2015). Қазіргі зерттеулер соғыс пен конфликт суреттері мен визуалдарының интерпритацияға әсері жайлы тақырыпты жиі қозғайды. Әдетте, фотосуреттер мен визуалдар конфликтнің наррациясы, жапа шегіп жатқан құрбандар мен қарапайым азаматтарды, соғыстың адам мөлшерімен «құнын» көрсетсе, олар сонымен қатар, саяси тұрғыдан конфликт пен қақтығысты өршітіп немесе дамытып жатқан жақ пен жауапты болуы керек тараты көрсетуде де ықпал жасай алады (Parry, 2010). Бірақ фотосуреттер мен визуалдардың медиадағы орны мен әсерін қалыптастыруды зерттегенде, бұл тек фотожурналистің жеке тәжірибесі, білімі мен мәдениетінен ғана емес, фото тілшінің әкелген фотосуреттерін редакцияның таңдау шешіміне де негізделетінін және ол арқылы қалыптасатынын ұмытпау керек. Zelizer (2004) еңбегінде кей суреттердің иконаға айналым, сол оқиғаның символикасын таситынын айтады. Ол да сол фотосуреттердің жаңа перспектива қалыптастырып, қалыптасқан нарративтерін өзгерте алатынын алға тартады.

Диджитал технологиялар мен олардың дамуы зерттеушілерге фотосуреттерді зерттеуде қиындық туындатады, себебі қазіргі кезде фотографияны оғай түсіріп, көбейтін, қайта қалыптастыруға және әртүрлі формада әртүрлі платформада жариялап, қайта жандандыруға болады (Keith және басқалары, 2010). Визуал коммуникация зерттеулерінің арасында әртүрлі

қақтығыстар мен конфликт фотографияларын талдап, олардың әсері мен тудырған дискурс мен фреймдерін көрсеткен зерттеулер бар. Мысалы Zelizer (1998) Екінші дүние жүзілік соғыс фотографияларының қарапайым тұрғындар үшін ауыр зардап пен нәтижесін, үйлер мен айналаның қирағанын, және Холокост құрбандарының фреймдерін қалыптастырғанын айтады. Ал Kozol (2004) 1999 жылғы Косоводағы қақтығысты зерттей келе, қарапайым тұрғындар мен азаматтардың фотографияларына байланысты ақпарат құралдарының қалыптастырған фреймдер құрбандар, агрессорлар және құтқарушыларды, олардың нарративтері мен оқиғаларын тым қарапайым етіп көрсеткенін сынға алған болатын. Ол жиырмасыншы ғасырда таралған бейне фреймдері сияқты осы қақтығыста да құрбандар мен жазықсыз жапа шегушілердің бейнесі жалпылама стандарттар мен қалыптасқан шарттарға сай тек балалар мен аналар арқылы қалыптасқан кінәсіз азаматтардың метонимдерін жасағанын айтады. Ақпарат құралдарының аудиториясының негізгі бөлігі сол оқиғаны өз көзімен көре алмағандықтан, медиада жарияланатын фотография - “алыстағы өзгенің” азап шегуін көрсететін негізгі дереккөз болды (қараңыз: Chouliaraki, 2010).

Parry (2011) өз зерттеуінде қақтығыс, соғыс пен конфликтті фотографиялары жаңалық фреймдері мен нарративтері көрсетіліп, қалыптастырылып, күшейе түсуі баспа фотографиясы және олардың қасында тұратын тақырып пен сипаттамасы арқылы жүзеге асатынын алға тартады. Бұл зерттеу фотографияны композициялық құрылым (фотография фрейміндегі контент), жаңалық дискурсы контенті (тақырып, сипаттама мен орналасуы) және әртүрлі ақпарат құралдары мен платформалар арқылы кей фреймдердің ерекше танымалдылық алуы (кеңірек визуал нарратив) тұрғысынан қарастырады. Бұл зерттеу де қақтығыс пен соғыс фреймдерінің жиі қайталануы бейнеге қалай үлгі (pattern) беретінін көрсеткен. Гриффин де Griffin (2004) фотожурналистиканың танымал ақпарат құралдарындағы фреймингі мен фотосуреттерді таңдау үрдісін атап өтеді. Зерттеуінде ол фотосуреттердің жеке дара және тәуелсіз бір бейнелер мен фреймдер қалыптастыруды емес, оның орнына ақпарат құралдары мен жаңалық фреймдерінде басым нарратив пен оқиғаларды баяндау және нығайтатынын көрсетеді. Ол сонымен қатар, қақтығыс фотосуреттері, тіпті, тілшілер мен журналистердің дискурсы, тілі мен жаңа нәрселерді көрсетіп, айта алуына қарағанда қатаңырақ шектелгенін де көрсетуге тырысады. Яғни, оның сөзінше, жаңалық фреймдері мен нарративтерінде фотожурналистика жаңа бейнелер қалыптастырмайтынын және журналистерге де қарағанда шектеулері көп екенін атап өтеді. Бұл бізге фотожурналистиканың бөлек әне жеке тұратын бір элемент ретінде емес, жалпы жаңалық пен ақпарат құралындағы мақаланы қалыптастыруға үлес тигізетін компонент ретінде қарастыруды, фотография дискурсы мәтін, тақырып пен суреттің сипаттамасымен де байланысты болатынын көрсетеді. Бірақ таңдалып, медиа мен ақпарат құралдарында жарияланған фотографиялар, суреттер мен бейнелер жақсы тақырып пен сипаттама жазылса, бізден алыс

және жеке тәжірибемізге жатпайтын қақтығыс пен конфликт туралы өте сенімді және мықты бір түсінік пен бейне бере алады.

Ojala және басқалары (2017) халықаралық конфликттің газерттердегі визуал фреймингін зерттеп, таңдарлар субъектілердің қалай көлеңке немесе артқы планда қалғаны мен басқалардың қалай ерекше көрсетілгенін талдайды. Ал Rössler және басқалары (2011) баспа фотосуреттерін зерттеп, баспасөздің фотография таңдау үрдісін сипаттайды. Олар дәстүрді қолданылатын “жаңалық құндылығы” негізінде “фотография құндылықтарын” қалыптастырып, басқа зерттеулерге негізделген фотосуреттердің аудиторияға әсер ету моделін ұсынады. Олар жаңалық факторларын фотосуреттердің таңдалу факторларына қарай ығыстырып, белгілі бір факторға қарай таңдалған фотосурет пен визуалдың адам немесе аудиторияның (коммуникатор мен тұтынушы арасындағы байланысты қарастырып) сол жаңалық пен ақпаратты қабылдауына қалай әсер етуі мүмкін екенін зерттеуге модель қалыптастырады. Оған қоса, Lewis (2016) те, деректі фотография мен баспа фотографияларының маргиналданған қауыпдастықтар мен әлеуметтік топтардың репрезентациясы, олардың танылуы мен жақтастырылуына ерекше рөлі бар екенін атап өтеді. Ол фотосуреттер мен визуалдардың әлеуметтік немесе қоғамдық әділеттілік мәселелеріне назар аудара отырып, негізгі дикурстарда таралған басым және өзекті әңгімелерге қарсы шығу және қоғамдық дискурсты қайта қалыптастыру мүмкіндігі бар екенін айтады. Яғни, баспа фотографиясы мәтіндік тұрғыдан қалыптасқан дикурстарды қайта өндіріп қана қоймай, оларға қарсы келетін күші де бар. Сонымен қатар, қақтығыс кезіндегі және одан кейін жарияланатын фотография бұл оқиғаның қалай есте қалатынына және адамның оқиғаға деген көзқарасын қалыптастыруына, аудиторияның оқиға масштабын түсінуіне әсер етеді. Техника мен технологияның дамып, күнделікті өмірдің өзгеруіне қарамастан, біз мағынаның көп бөлігі суреттер арқылы қалыптасатын “визуал мәдениетте” өмір сүреміз (Evans and Hall 1999: 2).

Жаңалық медиасындағы фотография мен ақпарат құралдарындағы визуалдарды қарастырған кезде олардың әлеуметтік реакция мен эмоционалды жауап қалыптастыруға әсер ете алатынын ұмытпауымыз керек. Ақпарат құралдарындағы фотосурет мен визуалдардың күші оның эмоция тудыртып, жандандырып, визуал сторителлинг арқылы оқиғаны баяндай алуы мен нарратив қалыптастыра алуынан туындайды. Сонымен қатар, фотосуреттер мен визуалдар сендіретін қарым-қатынас (*persuasive communication*) қалыптастыруда да ерекше рөл ойнайды. Визуалдар мен фотосуреттер эмоцияға әсер еткен кезде, адам мен көрерменнің, аудиторияның мінез-құлқы, әрекеттері мен жосықтарына әсер ете алады (Rodgers және Thorson, 2000). Осындай визуал мен фотосуреттердің тек эмоция тудыру емес, ұжымдық жад пен естелік қалыптастыру күші де болуы мүмкін. Nariman мен Lucaites (2007) фотосуреттердің символға айналып, иконикалық мағына туындататын күшіне назар аударған болатын. Сондай иконикалық және көрнекі суреттер ұжымдық естеліктерді қалыптастырып, сондай бейне қалыптастырып, қоғамдық пікір мен мәдени түсініктер мен ұғымдарды қалыптастыратынын айтады. Ал Walck және

Bates (2008) фото тілшілер мен фотожурналистердің визуал сторителлинг әдістері мен техникасын қолданып, аудиторияны сол арқылы тартып қана емес, эмоционалды жауаптары да қалай қалыптасатынын талқылайды. Олардың еңбегінде фотосуреттер мен визуалдың белгілі бір тілге байлаулы болмай, жаһандық және жалпыға ортақ эмоцияларды тудыра алатыны көрсетіледі. Демек, фотография мен визуалдың бір жақтан маңыздылығы да осында болады, ол бірден түсінікті болмай, интерпритацияға ашық болса да, фотографияның (тақырып пен сипаттамасы жоқ деп санайтын болсақ) тіл жағынан шектеуі болмайды және белгілі бір фотографияны көріп, ол жердегі объектілер мен субъектілерді ажырату үшін, эмоция мен түсінік қалыптастыру үшін белгілі бір тілді білудің де қажеттілігі жоқ. Әрине, сол фотографияда нақты не және қашан бейнеленгенін түсіну үшін оның сипаттамасы, тақырыбы мен мәтінін оқып, түсіну керек болады. Бірақ эмоция тудыруға бейіп фотосуреттер аудиторияның эмоциясын не бейнеленгені түсінікті болмаса да, туындата алады.

Жоғарыда айтылған қызметтер мен стандарттарға қоса, баспа фотографиясының трансформациялық потенциалы да бар. Бұны зерттеушілер тек қалыптасқан дискурстар мен стереотиптерді қайта өндіру немесе қайта қалыптастырумен емес, фотосерт пен визуалдардың, тіпті, саяси дискурстарды да өзгерте алатыны, қоғамдық көңіл-күй мен әрекеттерді жұмылдыру және саяси шешімдерге дейін әсер ету күшін түсіндіру арқылы алға тартады (Bleiker және Hutchison, 2008).

Фотографиялар мен визуалдар бір қалыпты және бірдей түсінікті болмаса да, қақтығыс пен конфликт кезінде соған қатысы бар адамдар үшін маңызды болып табылады. Себебі қақтығыс, конфликт немесе қоғалысқа қатысы бар адамдар үшін олардың әрекеттері мен месседждері, жеткізгісі келетін идеялары ақпарат құралдарында таралу арқылы жалпыға қол жетімді болады және олардың жалпылама кімдігін (*identity*) қалыптастырады. Фотосуреттер мен визуалдар жаңалықты тек толықтырмайды, олар идеялар, түсініктер мен көзқарастардың бір бөлігін де құрағандықтан, аудиторияның ақпаратты қабылдауына әсер етеді (Machin және Polzer, 2015: 1). Оқиғаға қатысы бар адамдардың әрекеттері, қоғалыс немесе митингтердегі лозунг пен плакаттар, қақтығыс пен конфликт кезіндегі жәбір көргендер мен кінәсіз азаматтар – бұлардың барлығы оқиғаның эстетикасы, идеологиясы мен кімдігін қалыптастырады және сол кімдік пен түсінік басқаларына да жетуі үшін ақпарат құралдары жаңалық пен репортаждарын визуал және фотосуреттермен әрлеуге бейім болады (Bolton, 1989).

Осы әдебиеттерге шолу бөлімі фотожурналистердің жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы жалпы тәжірибесі мен қақтығыс пен конфликт фотографиясындағы фото тілшілердің жұмысы мен қалыптастыратын фреймдері жайлы зерттеу жұмыстарын шолып өтті. Осыған дейін зерттелген әдебиеттерге қарағанда, фотосурет, баспа фотографиясы мен визуалдардың журналистика мен адамдардың ақпарат қабылдау тәжірибесіне әсері және сол тәжірибені өзгертудегі рөлі үлкен деп топшылауға болады. Фотосурет вербалды коммуникацияға қарағанда кейде түсініксіз және екі ұшты мағынаға ие болса

да, бір жағынан фотосурет көру және түсінілуі үшін белгілі бір тіл мен лингвистикалық білімді қажет етпейтінін де зерттеушілер атап өтеді. Қақтығыс пен конфликт кезінде де фотосуреттер ақпаратпен қатар үлкен мағына тасушы, қалыптастырушы және қайта өндіруші рөлге ие болады. Журналистикадағы визуал адам назарын аудартумен қатар, оны түсініктірек етуге де септігін тигізеді. Баспа фотосуреттері мен диджитал медиада жарияланатын визуал бейнелерді зерттеу, олардың нарративтері мен әсерін түсіну зерттеушілер үшін де, журналистер мен редакциялар үшін де маңызды. Себебі ол ақпарат таратудың бір формасы ретінде фотожурналистиканың стандарттары, оларды таңдаудағы ережелер мен қағидалар және бейтарап бола алмайтын бейнелерді барынша бейтарап әдістермен таратуды үйрену үшін маңызды болып табылады. Фотография көрнекі көріністермен және олардың әлеуметтік, мәдени және саяси динамикаға ықпалымен сыни қарым-қатынасты да ынталандырады. Фотожурналистердің тап болатын этикалық дилеммалары, фотожурналистер қалыптастыратын фреймдер мен мағыналардың адамдардың шешім қабылдауы мен қоғамдық пікірге қалай әсер ететінін жайлы бір-біріне қарама-қайшы келетін зерттеулер мен зерттеушілер көп. Сондықтан визуал, жаңалық медиасындағы фотография мен ақпарат құралдарындағы бейнелерді зерттеу мен оларды талдауға тырысу визуал коммуникация зерттеулері үшін маңызды және өзекті тақырып болып саналады.

1-Тарау. Ақпарат құралдарындағы визуал бейнелер

1.1 Ақпарат құралдарындағы визуал мен фотосуреттер

Бұқаралық ақпарат құралдары бейтарап болуға тырысқанымен, жарияланған ақпарат пен мәліметтер және аудио-видео, фотосуреттер адамның ақпарат қабылдауына немесе оны қалай есте сақтайтынына тікелей әсер етеді. Заманауи масс медианың техникалық мүмкіндіктері фотосуреттерді оңай көбейтуге жол ашты, фотография күнделікті ақпарат тұтынуымыздың ажырамас бөлігі болды. Ендігі кезекте ақпаратты жинау, өңдеу мен ұсыну ғана емес, оған қалай жақсы фотосурет таңдау керек екені де журналистер мен редакторлардың күнделікті жұмысына айналды. Кейбір суреттер адамда эмоция тудырса, кей суреттер адамды ақпаратты оқуға немесе белгілі бір реакция тудыртуға «итермелейді» (Rössler және басқалары, 2011: 415). Визуалдар, оның ішінде фотосуреттер де жаңалық медиасында маңызды рөл атқарады. Ол сторителлинг пен оқиғаны баяндауды жақсартады және визуалға бейім және визуалға толы әлемде журналистерге аудитория назарын аудартуға және ұстауға көмектеседі. Бұл тараушада біз ақпарат құралдарында кездесуі мүмкін визуалдарды, фотосуреттерді талқылап, оларға теориялық тұрғыдан мағына беруге тырысамыз. Сонымен қатар, бұл тарауша теориялық еңбектерге сүйеніп, жаңалықтарды баяндаудағы және оқиғаны жариялаудағы визуалдар мен суреттердің, бейнелердің дамып келе жатқан рөлін және олар ұсынатын қиындықтар мен мүмкіндіктерді көрсетеді. Визуал коммуникация мен фотожурналистиканы қарастырған кезде фотожурналистиканы фотографияның басқа түрлерінен ажыратып, оған мағына бере алу маңызды болып табылады. Сол арқылы фотожурналистиканың ерекше ұғымдары, концепциялары мен тәжірибесі ажыратылуы шарт. Технологияның дамуы мен фотосуреттердің тез репродукциялануы туралы мәдениеттегі өзгерістер мен трансформациялар туралы Беньямин (1996) да ерекше айтып өтеді. Фотосурет түсірудің қолжетімділігі мен техникалық репродукция барлық берілген өнер туындыларын көбейтуге мүмкіндік беріп қана қоймай, қоғамда ең терең өзгеріс туғызатын стандартқа жетті. Сол арқылы фотосуреттің өнер мен ақпарат құралдарындағы рөлі де анықтала бастады деп айтуға болады. Беньямин өз еңбегінде өнер және мәдениет туындыларының қайта өндірілетіні, адам жасаған кез келген нәрсенің басқа адамдар тарапынан қайта өндіріле алатыны және бұрыннан бері өндіріліп жүргені айтылады. Бұл репродукция уақыт өзгерген сайын өзгерді және дамыды. Үнгірдегі суреттерді, қағаз бен ағаштағы жазуды репродукциялаудан бастап, фотография арқылы өнер туындыларын да репродукциялауға дейін дамыды. Литография да өнерді цифрлы нұсқалармен және вариациялар арқылы көбейтуді алға тартты, дамытты. Он тоғызыншы және жиырмамыншы ғасырларда техникалық репродукция құралдары қолданыстағы өнер туындыларының барлығын өз объектісіне айналдырып, олардың халыққа әсерін елеулі түрде өзгертіп қана қоймай, сонымен қатар, шығармашылық, өнер және мәдени қызметтер арасында тәуелсіз орын ала бастаған (Беньямин, 1996). Осындай механикалық репродукция арқылы

фотосурет пен ақпарат құралдарындағы визуалдар да масс коммуникацияның маңызды зерттеу объектісіне айнала бастады.

Соңғы жылдары бұқаралық ақпарат құралдары ақпарат жеткізуде визуал өзгеріс пен трансформацияның куәгері болды. Баспа фотосуреттерінің және ұғымдар мен түсініктемелердің пайда болуы жалпы фотосуреттер мен қозғалмайтын суреттердің (*still images*) пайда болуымен тікелей байланысты. Кез келген ақпарат пен мәліметтің қасында фотография немесе суреттің болуы әлемдегі ақпарат қабылдау мен тұтыну үрдісін өзгертті. Визуалдар ақпаратты нақты және түсінікті жеткізудің мықты формасын қалыптастырды. Бұл трансформация технология өзгерісі мен аудиторияның ақпарат тұтынуындағы ерекшеліктері нәтижесінде қалыптасты (Machin және van Leeuwen, 2017). Визуалдар аудиторияның ақпаратты қалай қабылдайтынына байқалатындай әсер етті. Әдебиетке шолуда да айтып өткеніміздей, зерттеулер фотографиялар сияқты визуал элементтер адамның назарын айтарлықтай аударатынын және жаңалықтағы ақпарат пен мәліметті аудиторияның жақсырақ түсініп, қабылдап, есте сақтауына әсер ететінін көрсетеді (Stroud, 2008). Визуалдар сонымен қатар, эсоционалды реакция мен аудиторияның жаңалық мәтінін интерпритациясына да әсер етеді (Cohen, 2013). Яғни, қазіргі кезде визуалдар журналистер мен редакциялар үшін үлкен ағын ақпаратынын ішінен ерекшеленіп, аудиторияны табуы үшін айтарлықтай маңызды құрал болып табылады.

Berger (2013) фотография мен фотосуреттердің шындықтың репрезентациясы мен жай ғана шындықты бейнелемейтінін айтады. Оның сөзінше, фотосуреттер мәдени, әлеуметтік және саяси контекст арқылы әсерленеді, солардың әсерінде қабылданып, түсініледі. Кез келген нәрсені аудиторияның қабылдауы субъективті болып табылады және субъективті тәжірибе мен табиғатқа негізделеді. Сол үшін Berger (2013) біздің әлемді қабылдап, әлем туралы қалыптастыратын ойларымыздың, қоршаған орта мен әлем туралы түсінігіміздің фотография арқылы қалай қалыптастыратынын талдап, зерттейді. Оның пікірінше, біздің фотографиямен қарым-қатынас жасап, оны түсінуімізде біздің есте сақтауымыз да ерекше рөл ойнайды. Себебі фотография, әдетте, ностальгия, өткенді сағыныш сезімін оятады, жеке және ұжымдық естеліктер қалыптастырып, осыған дейін болған оқиғаларды еске салады. Сонымен қатар, фотография белгілі бір уақытты біздің ойымызда сақтап қалып, сол уақыттың ойымыздағы әлем бейнесіндегі бір бөлігін қалыптастырады. Berger (2013) де фотографияның статикалық, яғни қозғалмайтын табиғатына қарамастан, олардың нарратив мен контекст, дискурс қалыптастыратынын алға тартады. Фотосуреттер нарратив пен эмоцияларды бейнелер, визуал сторителлинг құра алады.

Ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотожурналистика нақтылық, әділдік, шынайылық сияқты этикалық журналистика принциптері мен ұстаным мен қағидаларын сақтап, визуал сторителлинг пен мағына қалыптастыруы керек. Ақпарат құралдарындағы фотожурналистика мен оның түсініктері жайлы ғалымдар әртүрлі пікір мен зерттеулерді ұсынады. Фотожурналистика қандай болуы керек деген сұраққа Becker өз зерттеуінде

(Becker, 1995: 5) «біржақты емес. Фактіге негізделген. Толық. Адамның назарын айдартып, оқиғаны айта алып, батыл» болуы керек екенін айтып жауап береді. Біз фотографиядан оның шынайы болуын, суретте көрген нәрсеге нақты сенен алатынымызды күтсек те, фотография тікелей болмаса да, ол қалыптасқан тәжірибесі арқылы өте жақсы өтірік айтуы мүмкін Knightley (2003). Яғни, фотография мен фотожурналистика суреттер мен бейнелерді арнайы бағдарламасыз да, фреймдеу немесе көрсету және көрсетпеу тәжірибесіне ие болады, сол үшін ол жерде көрінетін бүкіл нәрселер шындықтың бейнесі болып табылмауы мүмкін. Kobre (2018) сөзінше, фотожурналистика нақытылқ пен шындықтың ең жоғары стандарттары мен ұстанымдарына негізделіп, соған берік болуы керек. Фотосуреттер манипуляция мен бұрмалау немесе жалған ақпарат таратуға дол бермеуі керек, олар бейнелейтін оқиғалар мен іс-шараларды, қоршаған әлемді барынша шынайы бейнелеуге тырысуы керек. Оғас қоса, фотожурналистердің күнделікті жұмысы мен тәжірибесі әділдік пен бейтараптық қағидаттары басшылыққа алып, сол стандарттарға негізделуі керек. Яғни, Kobre (2018) де фотожурналистика тәжірибесі жүйелі және бейтарап әдістерге негізделуі керек екенін алға тартады. Фотожурналистің басшылыққа алатын ұстанымдары мен қағидалары болып, оның күнделікті жұмысы тек жеке қалауы мен шешімдеріне ғана емес, сонымен қатар, фотожурналистикадағы белгілі бір нұсқаулықтарға, стандарттарға және ережелерге негізделуі керек. Evans (2012) сөзінше де, фотожурналистикада этикалық журналистиканың мен ұстанымдардың рөлі ерекше. Фотожурналистер мен фото тілшілер жеке өмірге қол сұғылмаушылық құқығын құрметтеуі керек, керек болса, фотосурет түсіруге мақсатты түрде ақпараттандырылған келісім алуы керек, және де адам немесе оқиғаның осалдығы мен әлсіздігін жеке немесе кәсіби мақсатында қолданудан аулақ болуы керек. Қайғылы оқиғалар мен адамның қасіреті немесе қиындығын бейнелейтін оқиғаларды түсіргенде және сол оқиғаларға визуал мен фотосуреттер таңдағанда, оларды жариялағанда тұтастық пен сезімталдықты ерекше және басты назарға алуы керек.

Жаңалық медиасы адамдардың күнделікті болып жатқан оқиғалар туралы хабар алып, ақпараттанатын негізгі платформасы болып саналады. Фотожурналистердің білімі мен тәжірибесі кез келген оқиға бейнелерінің таралуында маңызды элемент болып саналады. Фотосуреттер адамның эмоциясын тудырады, оған көмек пен мотивация береді және аудиторияны ақпаратты ары қарай оқуға және қосымша мәтінге іздеуге итермелейді (Holtz-Bacha және басқалары, 2006). Ақпарат құралдарында кездесуі мүмкін визуалдарды бірнеше топқа бөліп, қарастыруға болады. Оқиға орнына барып, репортаж және фотографиялар түсіру мүмкін болған кезде, сөзсіз, фотография немесе фотосуреттер ақпарат ағынының басым бөлігін алады. Бірақ ақпарат құралдарындағы визуалдар әрқашан оқиға орнының суреттері болмауы мүмкін. Жаңалыққа көрнекілік ретінде қосылатын иллюстративті суреттер, иллюстрациялар, қолмен салынған суреттер және адамның портреттік суреттері мен дата анализ негізінде жасалған дата визуализация мен инфографикалар да

ақпарат құралдарындағы визуал бейнелер болып саналады. Біздің зерттеуіміз Қордай қақтығысы мысалында болғандықтан, осыдан кейін біз, негізінен, шынайы фотосуреттер мен олардың әсері, олардың медианың визуалға басымырақ боуы мен аудиторияның ақпарат қабылдауына әсерін қарастыратын боламыз. Бірақ бұл жерде фотожурналистика мен фотография өнерінің ара қатынасын ажырату маңызды. Фотожурналистикаға теориялық түсінік беру қиындығы да оның әртүрлі бағыттарда бола алуынан туындаған еді. Бір жағынан фотография өнер ретінде фотографтың жұмысы болса, екінші жағынан фотография жоғарыда айтып өткендей нақты, түсінікті және бейтарап болуы керек саналатын фотожурналистиканың бір бөлігі ретінде есептеледі (Becker, 1995). Бірақ зерттеушілер мен ғалымдар ұзақ уақыт бойы визуалдық пен визуал мәдениет коммуникация зерттеулерінде қарастырылуы керек маңызды тақырып болғаны мен болмағанына қатысты қарама-қайшы пікірлерде болды. Егер олай болатын болса, фотожурналистика мен бейнелеу немесе публицистикалық өнер болып саналатын фотографияның арасындағы шекара қайда болады және ол фотожурналистика немесе фотографияны қаншалықты бұрмалауы мүмкін деген сұрақтар зерттеушілердің ақпарат құралдарындағы визуалдардың ұғымдары мен теориясын қалыптастыруда маңызды болды (Mitchell, 2002). Визуал медианың бір бөлігі болғандықтан, баспа фотосуреттері қоғамдық пікірді қалыптастырып, нарративтерді қалыптастыру күші бар. Фотосуреттердің таңдалуы, олардың қалай, қашан және қай жерде орналасқаны да ақпараттың қалай қабылданатынына әсер ете алады, аудиторияның қай оқиғаларға немесе оқиғаның қай тұсына назар аударуы керек екенін анықтауға себепші бола алады (Wells, 2015). Осы факторлар фрейминг пен күн тәртібін қалыптастыруда фотосуреттер мен баспа фотосуреттерінің маңызын талқылауға алғышарт бола алады. Зерттеулер иконалық фотосуреттер, яғни, оқиғаны өте әсерлі көрсететін символ қалыптастырушы фотосуреттер қоғамдық пікірге және саяси шешімдерге әсер ететін нақты оқиғалар немесе мәселелер туралы нарративтерді қалыптастыра алатынын көрсетеді (Zelizer, 2010).

Журналистикада баспа фотосуреттерінің орны мен рөлі маңызды, себебі олар тек көрнекі құрал емес, жаңалық пен репортаждарға визуал өлшем қосады, жазылған мәтіндік ақпаратты жақсартады және жазылған нарративтерді толықтырады, түсініктірек қылады. Баспа фотосуреттерінің журналистика сияқты ұзақ және динамикаға толы тарихи эволюциясы бар. Brady (1862) Америкадағы Азаматтық соғысты деректі фотосуретке түсіру арқылы фотосуреттер қалыптастыратын нарратив пен баспа фотосуреттерінің маңызды және өзекті оқиғаларды жазу және тарату құралы ретінде қалыптастырудың алғышартын жасағандардың бірі болып табылады. Көптеген жылдар бойы және уақыт өткен сайын технологияның дамуы мен жетістіктері фотосуреттердің қолданылуын жеңілдетіп, кеңінен қолданылуына жол ашты, сол арқылы фотосуреттер мен кез келген визуал бейне визуал сторителлингтің ажырамас бөлігіне айналды. Яғни, технология жетістіктеріне дейін деректерді, деректі «бейнелерді», ақпарат пен оқиғаларды сақтаудың жолы тек мәтіндер болса,

уақыт өте келе бұл фотосуреттер мен визуалдарға да қолданылатын болды және нарратив пен сторителлингтер енді тек мәтін тұрғысынан ғана емес, визуал мен фотосурет тұрғысынан да қарастырылады. Фотосуреттердің осы қызметі, яғни, оқиғаларды құжаттандыру мен деректендіру қызметі өте маңызды. Ол болашақ ұрпақ үшін оқиғалар мен іс-шаралардың деректі дәлелдерін түсіріп, сақтап, көрнекті дәлелдер арқылы оқиғаларды құжаттандырады. Баспа фотографиясы шындықтың ізін суретке түсіреді, сәттерді фотосурет ішінде сақтап, болашақ ұрпақ үшін сақтайды (Barthes, 1981). Маңызды және өзекті саяси пресс конференция мен кездесудің фотосуреті болса да, табиғи апат немесе қоғамдық активизм мен азаматтық белсенділік әрекеті болса да баспа фотосуреті қоғамның визуал тарихын түсіру және сақтауда маңызды рөл атқарады.

Фотография визуал сторителлингтің түрі ретінде жаңалық ақпаратының маңызды бөлімдерін ұстап алып, оларды жеткізу мүмкіндігіне ие болып табылады. Әсерлі, этикаға сай және стандарттарды ескере отырып түсірілген фотосуреттер мен фотожурналистер жазба мәтіні нарративінің тереңірек және нақтырақ қалыптасуына әсер ете алады (Walsh, 2018). Визуал сторителлингтер жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарына эмпатия мен ақпарат түсіну мен қабылдауды арттыра отырып, аудитория үшін әсері көбірек және тартымдырақ тәжірибе жасауға мүмкіндік береді (Hariman және Lucaites, 2007). Бұған қоса, визуалдардың, яғни фотосуреттердің, сенімділігі мен шынайылығы да ақпарат құралдарындағы визуал тақырыбында маңызды мәселе болып табылады. Манипуляция мен фотошоп жасау мүмкіндігі кеңірек таралған заманда фотосуреттердің нақтылығы, дәлдігі мен анықтығын қамтамасыз ету өте маңызды мәселе болып табылады. Ақпарат құралдары мен жаңалық медиасы фотожурналистиканың әсер ету, назар аударту қызметтерін орындау барысында шектен шықпай, журналистика мен фотожурналистиканың этикалық стандарттарына сай да жұмыс істеуді естен шығармауы керек. Сонымен қатар, редакциялар өз аудиториясының сенімін сақтау үшін фотосуреттердің түпнұсқалығын да тексеруі керек (Mielczarek, 2016).

Бұған қоса, қазіргі кездегі азаматтық журналистердің де белең алуына байланысты фотожурналистика тәжірибесі аудиториядан шығып өндірілген контентпен де (*user generated content*) жиі жұмыс істейді. Бұл орайда азаматтық журналистердің де фотожурналистикаға әкелуі мүмкін қатерлерін ескеріп шынайылық пен сенімділігін тексеруге ерекше ден қойып, назар аудару керек (Mielczarek және Carroll, 2018). Фотосуреттер журналистика мен ақпарат өндірілу мен таратылуына жаңа жолдар ашумен қатар, манипуляция мен жалған ақпарат мен фейктерге де жаңадан жол ашады. Әлеуметтік медиада қарапайым азаматтардың немесе азаматтық журналистердің жылдам және тех фотосуреттерді таратуы жалған ақпараттың таралуына, манипуляцияға және жеке өмір шекарасының қатаң бұзылуына әкелуі мүмкін (Bekalu, 2020). Фотожурналистер, фото тілшілер, редакциялар, жаңалық ұйымдары мен ақпарат құралдары этика стандарттарына деген осы қауіптер мен қиындықтарды ескере отырып, дереккөздер мен ақпарат көздеріне деген сезімталдық пен

ақпарат таратудағы жауапкершілікті қолдану арқылы оларға қарсы келе алатын күшін қалыптастыруы керек (Kovach және Rosenstiel, 2014).

Сток суреттері мен жаңалық фотосуреттері. Бұл диссертация жұмысында айтылып өткендей, Қордай қақтығысы бейнесі зерттелгендіктен, біздің негізгі нысанымыз оқиға орнынан түсірілген шынайы суреттері бар фоторепортаждар болып табылады. Бірақ ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотосуреттерді қарастырғанда бұл жерде тек оқиға орнынан суреттер ғана емес, сток суреттер мен иллюстративті бейнелер болуы мүмкін екенін де ескеру керек. Сток суреттері – фото банк платформаларынан тегін, ақылы, коммерция мен коммерциялық емес мақсатта әртүрлі лицензиямен дүктеп алуға болатын суреттер категориясы. Сток фотографиясы фотожурналистиканың бір бөлігі емес, себебі бұл платформалар, әдетте, бизнеске негізделіп, визуал болмаған кездерге адамдардың шешім табуын жеңілдету үшін барынша кез келген жағдай мен оқиға, сұранымға сәйкес фотосуреттің болуын қамтамасыз етуге тырысады. Machin (2004) сөзінше, осында фото банктер әртүрлі оқиғаларға клише мен сызықтық шешімдер мен бейнені қалыптастырып, жаһандық бір визуал тіл қалыптастырып жатады. Мысалы белгілі бір кең жайылған феномен немесе күнделікті өмірге келетін иллюстративті суретті ойлағанда, ойымызда ғаламторда жиі кездесетін бейнелер (мысалы бизнес тақырыбында адамдардың бір үстелде отырып, қағаздармен жұмыс істеуі) көрінуі мүмкін. Бұл сол сток фотографиялар жаңалыққа қосылғанда да осындай кең таралған күнделікті оқиғалардың жай ғана клише мен стереотипке толы бейнесін қалыптастыруы мүмкін екенін көрсетеді.

Коммерциялық суреттер, әсіресе сток фотографиялары адамдардың онлайн, офлайн, әртүрлі платформаларда және сайттарда адамдардың медиа контентпен қалай қарым-қатынас жасайтынын анықтап жүр. Соның ішінде екі сайт редакциялық контент пен фотосуреттерді өндіріп, таратуда ерекше орын алады. Олар – Getty Images және Shutterstock. Aiello және әріптестерінің (2019) зерттеуінде олар күнделікті жаңалықтардағы фотосуреттердің шынайы редакциялық шығармашылық суреттер немесе сток фото банктерден алынған фотосуреттер екенін анықтау қиын екенін айтып өткен. Яғни, күнделікті жаңалықтардағы иллюстративті, тіпті, кейде оқиға орнынан деп көрінетін суреттердің негізінен редакция тарапынан түсіріліп және түсірілмегенін бір қарағаннан анықтау қиын. Бұны жаңалық медиаларының фотосуреттердің дереккөзін көрсетпеуі одан сайын қиындатады. Жаңалық медиасында көрнекілік ретінде қолданылатын сток суреттері санаулы ғана платформалар мен фото банктерден жүктелгендіктен, олар жаңалық платформаларындағы визуал бейнелердің үлгісін бірыңғайландыруы, сол арқылы шындықтың да әлеуметтік конструкциясын жай ғана қалыптасқан бейнелермен құрастыруы мүмкін.

Ақпарат құралдарындағы фотографияның теориялық негізі. Ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотография мен суреттердің маңызы және олардың ақпарат тұтынушыға әсері болатыны талданғаннан кейін,

ақпарат құралдарының фотографиясын зерттеудегі теориялық негізді қалыптастыру маңызды. Бұл жерде біз концептуалды негіз бен фотожурналистика немесе жаңалық медиасындағы фотографияны түсінігін қалыптастыратын боламыз. Визуал коммуникация, әлеуметтік ғылымдар, әлеуметтану, масс коммуникация зерттеулері сияқты салалар баспа фотографиясын зерттеуді интердисциплинарлы салаға айналдырды. Сондықтан фотографияның нарративтерді қалыптастыру мен дамыту, қоғам пікірін қалыптастыру мен шынайылық немесе шындықтың әлеуметтік конструкциясын қалыптастырудағы рөлі мен маңызын осы салалардың теориялары мен негізгі ұғымдарын талдау арқылы қалыптасады. Осы жердегі негізгі теориялар мен ұғымдарды, концепцияларды түсіну арқылы ғана баспа немесе жаңалық медиасындағы фотографияның күшін түсіну мүмкін болмақ.

Визуал коммуникация теориясының маңызды бөлігінің бірі семиотика болып табылады. Теориялық көзқарас ретінде семиотика символдар және олардың мағыналарын зерттеуге бағытталған. Жаңалық медиасындағы фотографияда біздің екінші тарауымызға қажет болатын семиотика композиция, жарық, символика сияқты визуал элементтер нақты бір хабарлама мен месседждерді жеткізу мен аудитория нтерпритациясына әсерін зерттеу үшін концептуалды негіз ұсынады (Chandler, 2007). Ал осы орайда визуал фрейминг фотография сияқты визуал, яғни бейне элементтерінің аудиторияның жаңалық пен оқиғаны қалай қабылдайтыны мен жаңалық фреймдерін қалаптастыратынын көруді зерттейді (Entman, 1993). Осы теориялық негіз фотографияның белгілі бір контекстте нақты және шешуші сәттерді қалай ұстап, түсіріп алатынын және аудиторияға жаңалық түсінікті болуы үшін жаңалық фреймдерін қалай қалыптастыратынын түсіндіруге тырысады.

Ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотографияларды зерттеу үшін жаңалықтардың құндылықтары мен ақпараттың жаңалық болуға тұрарлық факторларын атап өту керек. Дәстүрлі мағынада бұл теория негізінен оқиғалардың жаңалық болуға таңдалу үрдісі мен оның ұсынылуын түсіндіреді. Яғни, бір уақытта әртүрлі жерде оқиға болып жатса, бір журналистің оның қайсысына барып, аудиторияға ұсынатынын анықтау барысында қолданылатын құндылықтар мен ұстанымдар жаңалық құндылығы (*news values*) деп аталады. Бұл құндылықтар алғашында тек мәтіндік немесе лингвистикалық жақтан қарастырылса, қазіргі кезде фотографиядағы жаңалық факторлары (*photo news factors*) ретінде де қарастырылып жүр. Фотография контексінде жаңалық құндылықтары немесе факторлары белгілі бір фотографиялардың жаңалық медиасы немесе ақпарат құралының редакциясы мен журналисі тарапынан не үшін таңдалып жарияланғанын және оның жалпы журналистика контексі мен ұстанымдарына қалай сәйкес болатынын көруге көмектеседі (Harcup және O'Neill, 2017). Әсері, нәтижесі, жақындығы мен фотография түсіруге оқиғаның лайық болуы сол жаңалықтардың не үшін және қалай фотосуреттермен әрленетінін түсініктірек ете алады.

Ақпарат құралдарындағы фотосуреттер, әдебиеттерге шолуда да көрсетілгендей, күн тәртібі теориясының қалыптасуына да әсер етеді. Күн

тәртібі теориясының (*agenda-setting theory*) анықтамасы жаңалық медиасы мен ақпарат құралдары және соның ішінде визуал элементтер мен суреттер де қоғамдық дискурстағы мәселелердің маңыздылығына әсер ете алатынын алға тартады. Яғни, күн тәртібі теориясы бізге қалай ойлау керек екенін таңа алмайтын болса да, не туралы ойлауымыз керек екенін қалыптастыруға әсер ете алады (McCombs және Shaw, 1972). Зерттеушілер күн тәртібі теориясының контексінде ақпарат құралдарындағы фотографияның қоғамның ақпаратты қабылдауы мен кей оқиғаларды басқаларына қарағанда маңыздырақ етіп қабылдауына әсер ете алу қабілеті болатынын айтады (Iyengar және Kinder, 1987). Яғни, ақпарат құралдарындағы фотосуреттер жоғарыда көрсетілген қызметтермен қатар, адамның белгілі бір оқиға туралы нақты пікірін қалыптастырмаса да, ең болмаса, адамның сол оқиға туралы басқаларына қарағанда көбірек ойлануына да әсер етуі мүмкін. Себебі ақпарат құралындағы немесе жаңалықтағы фотосурет қаншалықты әсерлі болса, адамның сол оқиғаны маңызды деп қабылдап, ол туралы көбірек ойлап және оған басқа оқиғаларға қарағанда қаттырақ қызығуы соғұрлым көп болады. Дәл сол сияқты фотосуретте объект емес, адам немесе оқиғаның зардабы, адамдарға әсері мен нәтижесінің бейнеленуі адамдардың сол оқиғаны басымырақ және маңыздырақ қабылдауына әсер ете алуы мүмкін.

Осыған дейін де айтып өткеніміздей фотография, оның ішінде фотожурналистика мен ақпарат құралдарындағы дәл оқиғадан түсірілген нақты суреттер де шындықтың өзі бола алмайды, ол тек әлеуметтік конструкция ретінде шындықты қалыптастырып, оның рефлексиясын ғана көрсете алады. Сондықтан ақпарат құралдарындағы фотосуреттерді және олардың рөлін түсіну үшін шындықтың әлеуметтік конструкциясы концепциясын да қарастырып өткен жөн. Ақпарат құралдарындағы фотосурет контексінде ол символдық интеракционизм (*symbolic interactionism*) арқылы көрініс табады. Символикалық интеракционизм жеке тұлғалардың бір-бірімен әлеуметтік байланыс орнатуы мен символдар мен белгілерді түсінуге тырысып интерпритация жасауы арқылы қалай мағына қалыптастыратынын түсініп, түсіндіруге тырысады (Blumer, 1969). Бұл жерде фотосуреттер мен ақпарат құралдарындағы фотографиялардың қалай тоғысып, байланыс жасайтынына келсек, ақпарат құралдары фотографиясының зертеулерінде символикалық интеракционизм аудиторияның жаңалық фотосуреттерімен қалай байланыс жасап, оның символикалық немесе тікелей емес мағынасын түсініп, әлеуметтік шындық туралы түсінік пен мағынасын қалай қалыптастыратынын көруге және көрсетуге тырысады (Newton, 2016). Яғни, символикалық интеракционизм аудиторияның фотосуреттермен, фотосуреттерді көргеннен кейін басқа қоғам мен топтармен қалай байланыс жасап, өзі көрмеген оқиғалардың бейнелері арқылы ойындағы шындық пен мағыналарды әлеуметтік шындықтың конструкциясы тарапынан түсінуге көмектеседі.

Ақпарат құралдарындағы фотографияның рөлі мен маңызы, сонымен қатар, репрезентация теориясы арқылы да анықталады. Визуал репрезентация аудитория мен қоғамның әр мүшесі қалыптастыратын әлеуметтік шындықтың

айналамыздағы өмірге барынша жақын бола алуы үшін өте маңызды. Яғни, визуал репрезентация теориясы визуал суреттер, оның ішінде иллюстрациялар, фотографиялар және ақпарат құралдары мен баспада кездесуі мүмкін кез келген бейнелер, мағынаның құрастырылуы мен құрылуы және адамдар, тұлғалар, оқиғалар мен феномендердің репрезентациясының қалай қалыптасатынын зерттеуге тырысады (Mirzoeff, 1999). Журналистикада сияқты визуал коммуникацияда да репрезентация шынайы өмірдің балансына негізделуі керек. Яғни, маңызды оқиғалар мен адамдар, феномендер масс коммуникация мен ақпарат құралдарында жеткілікті және сәйкесінше орын алуы тиіс. Фотографияларда да солай, оқиғаға қатысы ең көп адамдар немесе әсері ең қатты тиген адамдар ақпарат құралдарының фотографияларында да лайық және сәйкес орнын алғаны жөн. Бұл теориялық негіз бізге фотосуреттер мен визуалдардың жаңалықта мәтін арқыты қалыптасқан нарративтердің дамуы мен қайта өндерелуі немесе қайта қалыптасуын көруге мүмкіндік береді.

Жоғарыда түсіндірілген теориялық негіздер мен концепциялар ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотосуреттердің орны мен рөлін, болашақта олардың аудитория қабылдау мен ақпарат тұтынуына әсерін көруге көмектеседі. Күн тәртібі теориясы, визуал семиотика, символикалық интеракционизм мен визуал фрейминг сияқты концепциялар әлеуметтік шындықтың қалыптасып, аудиторияның жаңалық мәтіні мен оның көрнекі суреттерін қалай қабылдайтынын түсінуге жақсы негіз қалыптастырады. Бұл теорияларды түсініп, қолдану арқылы ақпарат құралдарындағы фотосуреттер мен әр жаңалықтың қасында шамамен кез келген ақпарат таратып коммуникация жасауға болатын платформадағы жаңалық фотографиясының күші мен әсерін анықтауға және зерттеуге болады.

1.2 Визуал коммуникация мен жаңалық фотосуреттеріндегі фрейминг

Ақпарат құралдарындағы фреймингті бірнеше жақтан қарастыруға болады. Біріншіден, фотосурет үшін фрейминг тікелей суретке түсіретін адам мен бейненеленетін субъект арасында болады. Яғни, алғашқы фрейминг жеке фотосуреттің өзінде композициялық фрейминг ретінде қалыптасады. Осыны Burgin (1982: 146) «Бұл көрерменге берілген шын мәнінде орналасатын және көре алатын позициясы. Осы көзқарас пен репрезентацияға сәйкес бейнеде фрейм қалыптасады» деп түсіндіреді. Автордың айтып отырғаны фотосуреттегі бүкіл нәрсенің бір-біріне сәйкес болып, композиция қалыптастырып жасалатын фрейминг емес, бұл жерде фрейминг суреттің өзінің бар композициясын бейнелеуге бағытталған. Яғни, фотожурналист оқиғаны қолдан жаса алмағандықтан, немесе өтіп кеткен оқиғаны қайта қалыптастыра алмағандықтан дәл болып жатқан нәрсені әсерлі бейнелеуге тырысуы керектігі мен сол композицияны ғана бейнелей алуындағы шектеуді меңзейді. Бірақ бірдей оқиғаны фотосуретте немесе визуалда да әртүрлі ракурс пен әртүрлі қашықтықтан бере алғандықтан, бұл фрейм бәрібір субъективті болатынын түсіндіреді. Одан кейінгі фрейминг деңгейі жалпы фрейминг анализінің бүкіл

визуалдар мен суреттерге қарай талдануынан қалыптасады (Parry, 2010). Фотосуретті түсіргенде фотожурналист фрейм мен суретте не бейнеленгені мен ол жерде не маңызды екенін көрсетуге және өзінің бастапқы идеясының түсінікті болуын мақсат етеді. Бұл тараушада біз жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің фреймингін қарастыратын боламыз. Себебі диссертация жұмысының зерттеу сұрақтарына жауап беру үшін фотосуреттердің фреймингі қалай және не арқылы қалыптасатынын түсіну маңызды болып табылады. Жаңалық фотосуреттерінде фрейминг аудиторияның сол сурет пен жаңалықты қабылдауына тікелей әсер етеді. Сонымен қатар, ол мағыналарды тасып, жаңалық нарративтерін де қалыптастырады. Сол үшін біз фрейминг теориясы мен оның жаңалық медиасындағы фотография негізіне қалай қолданылатынын қарастырамыз.

Алғашқы зерттеулерде фрейминг теориясы масс коммуникация мен медиа зерттеулерінде дамыды. Ол аудиторияның қабылдауы мен интерпритациясына жасалған және ұсынылатын месседж бен хабарламалар қалай әсер ететінін қарастырады (Entman, 1993). Бұл жердегі фрейминг оқиғалар мен мәселелердің, феномендердің белгілі бір бөлігіне назар аударып, оны жаңалық медиасында ерекше етіп көрсетуді білдіреді. Яғни, мысалы, оқиға барысында көптеген факторлар жүзеге асып, оқиғаның шарықтауы мен өршуіне ісер етсе де, кейде идеологиялық тұрғыдан, кейде табиғи түрді жаңалық медиасы, ақпарат құралдары, журналистер мен редакторлар соның ішіндегі тек кей мәселелеріне ғана баса назар аударады. Бұл манипуляция мен идеология үшін жақсы құрал, себебі сол арқылы жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарына күші бар адамдар, тұлғалар мен топтар өздері қалаған жақтан белгілі бір оқиға мен мәселелерді көрсете алады. Бәрақ фреймдер әрқашан негативті жақтан қарастырылмауы керек. Себебі белгілі бір оқиғада фокус тауып, сол оқиғадағы маңыздырақ мәселелердің жақсырақ көрінуі үшін белгілі бір факторларға ерекше назар аудару керек болады. Ол журналистиканың күнделікті тәжірибесінде табиғи түрді және заңды болатын құбылыс. Визуал фрейминг теориясы қоғамдық күн тәртібін қалыптастыру теориясы, қоғамдық дискурс және белгілі бір оқиғалардың естілмей, көрінбей қалуы туралы концепция мен теориялармен терең ұштасады. Сол үшін мәтіндік теориялардағы белгілі бір сөздер мен тіркестердің нақты дискурс пен мағына өндіретіні сияқты, визуал фреймдер мен элементтер де белгілі бір мағыналады және дискурстарды өндіреді, иконалық фотосуреттер мен бейнелерді қалыптастырады және сол бейнелерді адамның есінде ұзақ сақталуына әсер етеді.

Аудитория фотосуретті қабылдаған кезде оның түсіру қашықтығы, ракурс пен бұрышын, қай жерден түсірілгеніне назар аудармай жатады. Және фотографиядағы осы шешімдер, әдетте, көрерменнің назарынан тыс қалады. Аудитория шешім қабылдап, фотосуреттен әсерленген кезде осы нәрселерге назар аудармаса да, бұл элементтер фотосуреттің қалай қабылдануына, фотосуреттің фреймі қалай қалыптасатынына әсер етеді және қорытынды логикалық тұрғыда соған байланысты жасалуы мүмкін (Parry, 2010). «Шешуші

сәтте» түсірілген фотографиялар тілші немесе фотожурналистің сол кезде оқиғаға қалай қарағанына байланысты қалыптасады және осы арқылы оқиға бейнесі фотожурналистің сол маңызды сәтте қайда болғанына байланысты қалыптасады. Cottle (2006) да ақпарат құралдарының фотографияны таңдау мен сол фотосуреттің қалай түсірілгені мен фреймінің маңыздылығына назар аударады. Оның сөзінше, бұл таңдау үрдісі мен фреймдер қоғамдық пікір мен белгілі бір саяси шешімдерді, оның ішінде әскери араласу шешімдерін де қолдап немесе қолдамауына ықпалын тигізеді. Сондықтан ол сыни медиа сауаттық визуал бейнелердегі манипуляция мен визуал хабарлар мен месседждерді түсіну үшін маңызды деп атап өтеді.

Фрейминг теориясы ақпарат құралдарында таралған өнім мен жаңалықта жасырынған стереотиптер мен таңдау, басымдық беру және кей нәрселерді көрсетпеу үрдісінің зерттелуіне жол ашады (Gitlin, 1980). Яғни, бұл жерде зерттеушілер тек шындықты көрсетуші рөлді ғана емес, одан алыстап, ақпарат құралдарындағы басқа элементтерді де қалыптастыра алады. Визуал коммуникация зерттеулері соңғы онжылдықта ерекше көтеріліп жүрген тақырып болса да, Matthes (2009) 15 жылдық фреймингті зерттеген мақалаларды талдай келе, олардың тек бес пайызы тікелей визуал бейнелер мен суреттерді зерттегенін айтады. Ал визуал және фреймдердің интерпритациясын бүкіл зерттеулердің он екі пайызы ғана қарастырады. Осыған дейін мәтіндік фрейминг пен дискурс анализдер жиі қолданып келді, бұны зерттеушілер сөзді талдау оңайлығы мен фотосуреттердің соңғы жылдары ғана дискурстың бір бөлігіне айналғанымен түсіндіреді.

Фрейминг теориясы тұлғалардың ақпаратты қалай қабылдап, интерпритация жасайтынына жосықтары, сенімдері мен әрекеттерін өзгертуге де әсер ететінін алға тартады. Зерттеушілердің пікірінше фреймдер интерпритация фильтрлері сияқты әрекет етеді, олар нақты және белгілі бір аспектілер мен тұстарды басқаларына қарағанда ерекше етіп көрсетіп, олардан маңызы азырақ жақтарды көрсетпей, адамдар мен аудиторияның түсінігін ақпарат құралы мензеген және мақсат еткен жаққа қарай бұрады (Iyengar, 1991). Сонымен қатар, бұл фреймдер кейбір адамдар мен адамдар тобын жаңалық медиасынан ысырып тасатуы мүмкін, сол арқылы визуал репрезентация шынайы өмірге сәйкесінше жасалмай, шындықтың әлеуметтік конструкциясы айналамыздағы өмірден алыстауы мүмкін.

Жалры контексттегі фреймингті қалыптастыру бізді фреймингтің екінші анықтамасы немесе оны жекелеген суреттерге қарағанда жалпы контексттің түсінілуі мен қабылдануын талдауға әкеледі. Бұл анықтама немесе ұғым Perlmutter иконалық пен символикалық фотосуреттердің қалыптасуы туралы зерттеуінен жақсы қалыптастырылады. баспа фотосуреттеріндегі фрейм немесе сақтауды терезе жақтауымен салыстыруға болады, яғни, бір үйдің немесе кез келген басқа да ғимараттың сыртында болып жатқан нәрсені тек сол терезе жақтауынан және сол жақтауда көрінетін жағынан ғана көре аламыз, ойымызды сол арқылы ғана қалыптастыра аламыз. Дәл сол сияқты баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарында жарияланатын визуалдарда да біз жекелеген

фотосуреттердің фреймдерімен қатар, сол ақпарат құралының идеологиясы мен жалпы композициясының фрейміне де тәуелді боламыз. Сол арқылы визуал фрейминг түсініктері мен ұғымдары визуал анализ бен визуал мәтіндерді түсіну мен түсіндірудің жаңа әдістері мен модельдерін қалыптастырады. Фотосуреттер мәтін сияқты тікелей оқыла алмаса да, олардың болуы мен қандай болғаны оқиға мен жалпы айналамызда болып жатқан кез келген нәрсе туралы нақты ойымыздың қалыптасуына әсер етеді және аудитория мәтінмен бірдей болмаса да, визуал ақпаратты да «оқиды» және түсініп, интерпритациялауға тырысады. Манипуляция мен фейк суреттер де дәл осы үшін адамдардың жосықтары мен шешім қабылдауына әсер етеді. Сол арқылы бұл белгілі бір топтардың позитивті немесе негативті қабылдануына да әсер ете алады (Domke және басқалары, 2002).

Визуал фрейминг фотожурналистика мен фотосурет түсіруде маңызды болып табылатын стандарттар, ұғымдар мен концепцияларды қамтиды. Яғни, фотожурналистің субъектті қалай көрсетуі, жарықты қалай түсіру, қай ракурстан түсіруі, кесіп алуы сияқты жеке шешімдері визуал фреймингтің қалай қалыптасатынына, сол арқылы аудитория қабылдауы қалай өзгеретініне әсер етеді (Goffman, 1974). Фотография мен фотожурналистикада бұл фреймдер фотожурналистің жеке шешімдерімен ғана емес, оның сол ең маңызды шешуші сәтте қайда болғанымен де анықталады. Осы фреймдерді қалыптастыруда фотожурналистер мен фото тілшілер өте маңызды және негізгі рөл ойнайды. Себебі оқиға орнында болатын олар жаңалық нарративінің визуал түрде қалай қалыптасатынын анықтай алатын күшке ие болып келеді. Олар фотосуретті түсіру туралы мақсатты шешім қабылдап, оқиғадағы нәрселерді фотосуреттің композициясына орналастырады. Бірақ бұл диссертация жұмысы фотожурналист пен фото тілшінің жұмысын айыптауды мақсат етпейді. Себебі, әдетте, фотожурналист оқиға орнынан барынша көп және шынайы суреттерді түсіріп, редакцияға әкеледі. Ал кейін журналист мәтініне қарай сол фотографиялардан визуал нарратив қалыптастырып, кейбір суреттерді жариялап, кей суреттер мен бейнелерді көлтңкеде қалдырады (Machin және Van Leeuwen, 2017).

Баспа фотосуреттеріндегі фрейминг оқиғаның белгілі бір перспективасы мен аудиторияның сол оқиғаға қай жақтан қарайтынын анықтайды. Әртүрлі фреймдер оқиғаның әртүрлі тұстарына назар аудартып, белгілі бір сәттерді басқаларына қарағанда ерекше немесе маңызды етіп көрсете алады. Ол эмоция тудыртады, белгілі бір оқиға кейіпкерлеріне назар аударады және нарративтерді де қалыптастырады. Сол үшін визуал композиция, яғни бейне мен визуалда кейіпкерлер мен объектілердің қалай орналасқаны да визуал фреймингтің қалай қалыптасатынына әсер етеді. Үшке бөлу ережесі (*rule of thirds*), жетекші немесе негізгі сызықтар (*leading lines*) және баланс сияқты визуал композиция техникалары мен әдістері аудитория мен көрерменнің назарын бағыттайды және визуалдың көрнекі иерархиясын да қалыптастырады. Фотожурналист пен фото тілшінің осындай шешімдері де фотосуреттің қалай қабылданатыны мен түсінілетініне әсер ете алады (Sturken және Cartwright,

2009). Жарық, түс және фокус та фотосуреттердегі визуал фреймингке әсер етеді. Олар да фреймингтің басқа элементтері мен аспектілері сияқты эмоцияларға әсер ете алады, одан да маңыздысы, бұл техникалар арқылы фотосурет пен визуалдағы белгілі бір субъект немесе объектіні ерекшелендіріп көрсетуге, жарықты артқы планға азырақ түсіру арқылы «басты рөлдегі» адамға немесе затқа көңіл аударуға болады. Осындай метаформалар мен символдар да адамның фотосуретті қабылдауына әсер етеді (Wells, 2015). Осындай техникалар арқылы фотосуреттегі мағына мен контекстті қалыптастыруға Қазақстанның бірінші президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың ТМД елдері басшыларының Сочидегі кездесуінен жарияланған суретін айтуға болады. Армения басшысының жеке фотографы Давид Акопян экс-президенттің қара және ақ түстерде жіне Назарбаевқа ерекше жарық түсіріп фотосурет жариялаған болатын. Бұл фотосурет те аудитория назарына ерекше түсіп, талқыланған болатын. Баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдар аудиторияны эмоционалды түрде қызықтыра отырып, жаңалықтар мен баспа фотосуреті қоғамның мәселені қолдауын қалыптастырып, жұмылдыра алады, белсенділікті, яғни әлеуметтік активизмді шабыттандырады және аудиторияның назарын әлеуметтік мәселелерге аударады. Ақпарат құралы фотосуретіндегі ұжымдық әрекетті ынталандыру, эмоционалды байланыс орнату арқылы әлеуметтік өзгерістерге де жетелей алады. Баспа фотосуреттеріне тақырып пен сипаттама қосу да оның дискурс қалыптастыратын күшіне көмектеседі, олардың фреймдері мен нарративтерін күшейтеді. Фотосуреттің астына қосылатын сипаттама оған қосымша ақпарат бере алады, фотосуретті түсініктірек ете алады, оқиғалар мен іс-шаралардың хронологиясын береді және сол арқылы аудиторияның интерпритациясын бағыттайды (Gutsche Jr., 2017). Фотосуреттердің таңдалуы мен жарияланымға жететін фотосуреттерді таңдау үрдісі де фрейм қалыптастырудың бір бөлігі болып табылады. Себебі редакция мен журналистің қандай суретті жариялайтынын, фотожурналист түсірген бүкіл суреттің арасынан қай фотосуреттің дәл осы жаңалық пен мақалаға қосатыны, қай сурет басты бет пен әлеуметтік медиаға шығатыны аудитория қабылдауын өзгерте алады. Белгілі бір фотосуреттердің әдейі қосылуы немесе оларды әдейі алып тастау аудиторияның оқиғаны немесе мәселені түсінуіне әсер етуі мүмкін (Dimitrova және басқалары 2018). Яғни, редактор мен журналистер фотожурналист пен фото тілшінің әкелген фотосуреттерін, сток фотография мен ғаламтор мен әлеуметтік медиада бар фотосуреттердің арасынан мақсатты және ақпараттанған таңдау жасайды. Осы үрдіс те визуал фрейминг зерттеулері үшін маңызды, себебі кейде фотожурналист оқиғаның барынша баланс сақталған бейнесін түсіріп әкелуге тырысса да, журналист пен редактор ол бейнені толық жарияламауы мүмкін. Сонымен қатар, кей редактор мен фотожурналистер осы таңдауды жасағанда белгілі бір дискурс пен мағыналарды мақсатсыз, яғни, байқамай қалыптастырса да, кейде осы қалыптастырылатын дискурстар редакцияның негізгі ұстанымдары мен пікірлеріне қарай қалыптастырылады және қалыптасады.

Ақпарат құралдарындағы визуал фреймдерді екі категория немесе түрге, екі түрлі көзқарас арқылы бөліп қарастыруға болады. Олардың аудитория пікірі мен қабылдауын қалыптастыруда әр түрлі мақсаты мен қызметі бар. Біріншісі, эпизодтық фреймдер (*episodic frames*), яғни, жекелеген адамдар мен тұлғалар немесе оқиғаларды назарда ұстап, белгілі бір нақты детальдар мен бөлімдерге, тұлғалар мен оқиғаның драматикалық компонентіне назар аударатын фрейм. Бұл жерде оқиға визуалының жалпы контекстіне қарағанда жекелеген детальдар мен оның қалай көрініс табатыны, қалай көрінетіні мен көрсетілетіні маңызды болып табылады (Entman, 1993). Бұл фрейм оқиғаны жеке дара болып жатқан шара ретінде көрсетуге тырысады және жекелеген мәселелері мен әрекеттеріне назар аударып, жеделдік пен қарқындылық сезімдерін оятуға бейім болып келеді. Эпизодтық фрейм адамның эмоциясына әсер ету арқылы назарын аударуға және эмоционалды жауап қалыптастырады. Олар, әдетте, шұғыл немесе жедел жаңалықтарда қолданылады, себебі ол жерде мықты және күшті әсер ететін фотосуреттердің түсірілуі кең белең алады. Екіншісі, тематикалық фреймдер (*thematic frames*) немесе кеңірек мәселелер мен оқиғаларды назарға алатын, оқиғаны кеңірек саяси және экономикалық жақтан қарастыруға мүмкіндік беретін тренд пен жүйе факторларының қалыптастыратын фреймдері. Тематикалық фрейм оқиғаны тереңірек қарастыруды мақсат етеді, ол зардаптар, нәтиже, себебі мен салдарын көрсетуге тырысады. Сол үшін визуал тұрғысынан бұл жерде метафоралар, тереңірек мағыналар және әртүрлі перспективалар көрініс табуы мүмкін. Олар символикалық мағына тудыру арқылы мәселенің кеңірек түсінігін қалыптастырады және, әдетте, терең зерттеу мен талдау мақалаларында қолданылып, тренд немесе феноменнің себебі мен салдарын анықтауға тырысады.

Ақпарат құралдарының визуалы мен суреттері қалыптастыратын фреймдер қатарына конфликт пен қақтығыс фреймдері (*conflict frames*) де жатады. Конфликт немесе қақтығыс фреймдері жаңалық оқиғаларындағы қарама-қайшылықты, бір-біріне қарсы келуді, шиеленіс пен қақтығысты көрсетеді. Ақпарат құралдарындағы фотосуреттерде қақтығыс фреймі драмалық сәттерді, қарама-қайшылықты көрсету үшін қолданылады (Entman, 1993). Жаңалық медиасындағы фотосуреттерде қалыптасатын тағы бір фрейм адам қызығушылығы фреймі (*human interest frames*) деп аталады. Бұл фрейм эмоционалды және жеке тұлғалық аспектілерге назар аударады, жеке тәжірибелер, қиындықтар мен жетістіктерді қарастырып, көрсетуге тырысады. Фотосуреттерде адам қызығушылығын қалыптастыратын фрейм эмпатия, эмоцияға әсер етіп, көрермен мен аудиториямен жекелеген қарым-қатынас орнатуға, адаммен болған оқиғаның басқа адаммен де бола алатынын көрсетуге тырысады (Galtung және Ruge, 1965). Яғни, бұл жерде аудитория адам мен оған зардап немесе әсерді көргендіктен, фотосуретпен субъектпен сияқты қарым-қатынас орнатып, байланыс сезеді.

Жоғарыда көрсетілген фреймдер мен визуал фремингтің аудитория қабылдауына күнделікті әсер етіп қана қоймайды, ол сонымен қатар, жаңалық нарративтері мен үстем айтылатын әңгімелер, идеология мен стереотиптерді

күшейту немесе сынау арқылы әлеуметтік және саяси әсерлерге де ие болуы мүмкін (Gitlin, 1980). Ақпарат құралдарындағы фотосуретте мен жаңалық медиасындағы визуалдар қоғамдық пікірді қалыптастырады, әлеуметтік қоғалыстарды біріктіріп, жұмылдыра алады және әр түрлі мәселелер бойынша қоғамдық пікірталастар мен дебаттарға, қарама-қайшы пікірлердің дамуына үлес қоса алады. Баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарында жарияланатын фотосуреттер мен визуалдардың фреймдері адамдардың қабылдауына айтарлықтай әсер етеді. Осыған дейін де айтқанымыздай, фреймдер эмоция мен қабылдауға, эмоционалды реакция мен шешім қабылдауға әсер ете алады. Жарияланатын фотосуреттердің фреймдері оқиғаның қаншалықты тез қабылданатынына, оның қабылдану маңыздылығы мен өзектілігіне де әсер етеді (Tankard, 2001). Бірнеше фотосуреттің қатар қойылуы нәтижесінде қалыптасатын фрейм мен нарративке де фотосуреттің фреймингі әсер етеді. Фреймдердің таңдалуы стереотиптерді қалыптастыру мен оларды қайта өндіру, сонымен қатар, белгілі бір топтар мен олардың бейнесін (мысалы этникалық топтар, ұлттар, жергілікті қоғамдастықтар мен тағы басқалары) бұрмалауы және басқаша көрсетуі мүмкін. Сол үшін этикалық журналистикаға негізделген баспа фотосуреттері мен сол фотосуреттердегі фреймдерді құру тәжірибесі бейнеленген субъектілердің қадір-қасиетін, алуан түрлілігін, мәдени кімдігін және мәдени контекстін құрметтей отырып, олардың әділ, нақты, бұрмаланбай және дәл ұсынылуын қамтамасыз етуге бағытталған (Leshner және Tandoc Jr., 2020). Этикаға негізделген журналистикатұрғысынан қарасақ та, фотосуреттер мен баспа визуалдары бәрібір бір фреймдерге негізделгендіктен, сол фреймдердің, ең болмаса, жүйелі әдістер арқылы қалыптасуы жақсы журналистиканың қалыптасуы үшін маңызды фактор болып табылады. Себебі фотосуреттер мен баспа фотографиясының фреймингі біржақтылық мен бейтараптылыққа байланысты этикалық журналистика жағынан күмәндар мен қарама-қайшылықтар тудыртады. Фотожурналистер мен редакторлар нейтралдылық пен баланс сақтауға қатты ұмтылуы керек және белгілі бір күн тәртібі мен идеологияны алға қарай жетелеп, насизхаттау үшін фотосуреттер немесе олардың бір бөлігін пайдаланбауы керек. Этикалық нұсқаулар мен ережелер және кәсіби тәжірибе мен мінез-құлық пен әрекет кодекстері жауапкершілігі бар және бейтарап жұмыс үрдісін қамтамасыз ету жолында маңызды рөл атқарады (Ward, 2016).

Зерттеушілер баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдар фреймингінің когнитивті және психологиялық себептерін талқылауда назар аударған болатын. Ғалымдар тарапынан осыдан шамамен қырық жыл бұрын да фреймдердің әсері мен фотосуреттер мен визуал бейнелердің қабылдауға қалай әсер ететіні мен жалпы етіп ете алмайтыны жайлы когнитивті біржақтылық концепциясын ұсынады (Tversky және Kahneman, 1981). Бұл концепция бойынша ақпараттың қалай ұсынылғаны оның қалай қабылданатынына да әсер етеді. Одан кейін де жарияланған схема теориясы мен когнитивті диссонанс теориялары да фреймделген жаңалық медиасы визуалдары мен ақпарат құралдарындағы фотосуреттерге қалай

мағына беріп, оларды қалай интерпретациялайтынымызды түсіндіруге тырысады.

Қорыта келгенде, ақпарат құралдарындағы фреймдер, оның ішінде фотосуреттер арқылы қалыптасатын фреймдер аудиторияның қабылдауы мен ойына әсер ететін, жаңалық нарративтері мен жаңалық оқиғаларының мағынасын қалыптастыруға әсер ететін мықты құрал болып табылады. Визуал фреймдер арқылы фотографтар мен фото тілшілер, фотожурналистер аудиторияның түсінігі мен дискурсын бағыттайтын визуалдар мен фотосуреттерді таңдауда және ұсынуда белсенді рөл атқарады. Жоғарыда түсіндірілген эпизодтық, тематикалық және қақтығыс фреймдері сияқты фреймдер әлеуметтік шындық конструкциясы мен жаңалық нарративтерінің қалыптасуына әсер ете алады. Визуал фреймдерді визуал коммуникация зерттеулерінде қолдану күн тәртібін орнатуға, аудиторияның қабылдауы және әлеуметтік және саяси әсерлерге дейін де жете алады. Ақпарат құралдарындағы визуалдардың фреймдерін түсіну медиа мамандары, журналистер, редакция мен фото тілшілер үшін де, аудитория үшін де маңызды, себебі бұл жаңалықтар визуалдары мен фотосуреттеріне (оның ішінде бірінші тараушада айтылып кеткен сток суреттеріне де) сыни көзбен қарау және болуы мүмкін біржақтылықтар мен әсерлерді түсініп, қарастыруға, қажет болса оның әсерінде қалмау үшін әрекет етуге мүмкіндік береді.

1.3 Фотосуреттердің ақпарат құралдарындағы күші

Бұл тараушада жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы фотосуреттер мен визуалдың қоғамдық қабылдауды қалыптастыруына әсері, әлеуметтік дискурста тигізетін әсері мен саяси күн тәртібін қалыптастыруды әсері талқылайтын боламыз. Баспа мен диджитал медиа фотографиясы медиа саласын мен әлемінде ерекше орын алады, өйткені оның аудиториямен резонанс тудыратын күші үлкен визуалдар мен суреттер арқылы нарративтерді түсіру және жеткізу мүмкіндігі бар.

Визуал фрейминг визуал коммуникация зерттеулерінде маңызды орын алады, себебі ол біздің әлемде болып жатқан оқиғаларға негіздерген фотосуреттерді қалай көретінімізді және оқиғалардың адам тарапынан визуал түрде қалай қабылданатынын анықтайды. Визуал композиция тұрғысынан да, фотосуреттерді контексте айналдыру тұрғысынан да фрейминг журналистикадағы баспа фотографиясының маңызды және негізгі аспектісі мен бөлігі болып табылады. Фрейминг аудитория қабылдауы, жаңалықтардың жариялануы және нарративтердің құрастырылуына әсер ете алады. Жаңалық фотографиясы назарды бірден аударып, аудиторияның эмоционалды реакциясын тудыратын визуалды ерекшелігі, күші мен басымдығы бар. Фотосуреттің табиғаты мен тәжірибесі оған тікелей және жедел коммуникация жасап, хабарды тез жеткізуге мүмкіндік береді, сонымен қатар, ол мәтінге қарағанда адам ойына мен эмоциясына ұзағырақ әсер етеді (David және Millar, 2019). Яғни, драма немесе бір қақтығыс пен конфликте, басқа да біздің

назарымызды аударатқан бір фотосуреттің біздің эмоциямыз бен реакциямызға әсері оқыған мәтінімзге қарағанда ұзағырақ жалғасын табады.

Фотожурналистика мен баспа фотографиясы, ақпарат құралдарындағы визуалдар мен фотосуреттердің таралуы визуал коммуникация мен масс коммуникациядағы визуал бейнелер мен фотосуреттер тақырыбы жиі зерттелген тақырып болған сияқты түсінікті туындатты. Бірақ негізінде мәтін мен лингвистикалық талдау мен анализдер жиі жасалғанымен, фотожурналистиканың үшін масс коммуникацияда жиі зерттелмеді. Barnhurst (1994) те айтқандай, визуал мен фотосуреттердің күші мен фотосуреттер мен мәтіннің бірге адам назарын аудартып, аудитория қабылдауына әсер ететіні туралы болжамдар көп еді. Бірақ осы болжамдарды айтқан әлеуметтік психологтар, маркетинг мамандыра мен эксперттері және журналист пен редакторлар фотосурет пен визуалдың адам қабылдауына күші бар екенін айтса да, бұл күштің өздеріне әсер етпейтінін көрсеткендей болатын. Керісінше, бұл күштің бәріне ортақ тұсын дәлелдейтін зерттеулер жоқ еді және оның жалпыға ортақ екенін көру де қиын болатын. Iuengar және Kinder (1987) зерттеулерінде «саясаткерлер де, журналистер де, қоғамтанушылар да жаңалықтарды суреттер арқылы ұсынудың ерекше күшіне және әсеріне назар аударады. . . . Американдық ұлдардың Вьетнамда соғысып, қайтыс болып жатқанын түсіну бір нәрсе; олардың күресіп, қайтыс болуын көзбен немесе визуалды түрде көру басқа нәрсе. Әрбір жағдайда нақты визуал детальдар мен аспектілер өте маңызды деп айтылады» десе де, олардың өз зерттеулері фотосурет пен ақпарат құралдарындағы визуал күшіне анық түсіндірме көрсете алмай, гипотезаларын дәлелдей айлаумен нәтижеленеді. Визуал коммуникациядағы ақпарат құралдарындағы фотосуреттер мен жаңалық медиасындағы визуалдарды зерттегенде суреттердегі контентке немесе олардың қалай өндірілгеніне назар аударады. Және өте аз зерттеулер ғана аудитория қабылдауын зерттеп, талдап, аудитория қабылдауы соншалықты қарапайым нәрсе емес екенін көрсетіп, бұл үрдістің күрделілігі мен алуан түрлілігін көрсетуге тырысады.

Масс коммуникация зерттеулерінің пайда болуына дейін, көп жылдар бұрын да саясаттанушы мен саясаттануды зерттеп жүрген студенттер мәтін, сөздер мен визуал суреттер мен бейнелердің адамдардың маңызды оқиғалар туралы пікіріне әсер ететінін жайлы ойлап, уайымдайтын еді. Алғашқы зерттеулердің ішінде Mogrow (1993) жаңалық суреттері мен бейнелерінің ішінде күшті эмоционады бір мағынасы бар суреттер тікелей қоғамдық ойдың эмоционалды демократиялық ағынына түсетінін айтқан. Яғни, оның сөзінше үлкен саяси мен қоғамдық өзгерістер әрқашан бір иконикалық пен символикалық бейнелердің болып, олардың таралуынан бастау алып, жалғасатын. Сондықтан ақпарат құралдары фотосуреттер мен жаңалық медиасының бейнелерінің күші алғашында саяси мен әлеуметтік өзгерістер мен қоғалыстар тарапынан масс коммуникация зерттеулерінде бастау алған болатын.

Ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің күшін зерттеуде баспа фотографиясына байланысты визуал теорияларды да қарастырып кеткен жөн.

Сол теориялардың алғашқысы және бізге дискурс анализ жасап, талдар жүргізуге көмектесетін теория семиотика болып табылады. Семиотика – мәдени контексте белгілерді, символдарды, иконкаларды және олардың интерпретациясын зерттейтін теория. Баспа фотосуретінде қолданылатын семиотика композиция, кадр және тақырып сияқты визуал элементтер арқылы берілетін мағынаны зерттейді. Ол көрермендердің түсінігін қалыптастыратын мәдени кодтар мен конвенцияларды ескере отырып, осы визуал белгілерді қалай түсіндіретінін және оларға мән беретінін зерттейді. Семиотика баспа фотосуреттерінің нақты хабарламаларды қалай жеткізетінін және олардың әртүрлі аудиториялар қалай декодталатынын түсінуге көмектеседі. Яғни, семиотикадағы фотосуреттердің маңызды элементі оның детальдары мен символдары болып табылады және сол арқылы ол баспа фотосуреттері ғана емес, кез келген медиа кеңістіктер бар фотосуреттердің қалай түсінілетіні мен интерпретацияланатынын түсінуге және түсіндіруге тырысады.

Келесі қарастырылуы керек теория күн тәртібін қалыптастыру теориясы болып табылады. Күн тәртібін қалыптастыру немесе белгілеу теориясы бұқаралық ақпарат құралдары, жаңалық медиасы, соның ішінде баспа фотосуреті мен визуалдары қоғам қандай мәселелер мен тақырыптарды маңызды деп санайтынын анықтауда маңызды рөл атқарады деп есептейді. Бұл теория аясында баспасөз фотосуреттері белгілі бір оқиғаларға назар аударатын, қоғамдық қабылдауды қалыптастыратын және белгілі бір мәселелерге берілген маңыздылыққа әсер ететін визуал белгілер ретінде әрекет етеді. Белгілі бір фотосуреттерді таңдау және жариялау арқылы бұқаралық ақпарат құралы белгілі бір оқиғаларды басқаларға қарағанда басымдықпен белгілей алады және қорыта келгенде, қоғамдық күн тәртібін қалыптастырады және ағымдағы істердің ұжымдық естелігі мен ойын қалыптастырады. Яғни, күн тәртібін қалыптастыру теориясы визуал бейнелер мен фотосуреттер арқылы адамдарға не нәрсеге назар аудару керектігі мен не туралы ойлау керектігін белгілі бір бейнелерді жиірек көрсету арқылы қалыптастырады.

Келесі визуал коммуникация теориясы фрейминг теориясы болып табылады. Фрейминг теориясы медианың, соның ішінде ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотосуреттің оқиғаның немесе мәселенің белгілі бір аспектілерін таңдап, басқаларды ескермей көрсетпегенде, қалай таңдайтынын зерттейді және қарастырады. Фотосуреттерді фотографтар мен редакторлар фреймдейді және жақтауға орналастырады, олар кадрға нені қосу немесе алып тастау керектігін таңдайды. Бұл таңдаулар аудиторияның фотосуретті қабылдау және түсіндіру тәсіліне әсер етеді. Баспа фотосуреттерінің жақтауы оқиғаға немесе мәселеге қатысты нарратив, баяндау мен мағынаны қалыптастырады, қоғамдық пікір мен түсінікке әсер етеді. Яғни, бұл теорияда бойынша, біріншіден, фотожурналист оқиғаны өз түсінігі мен камераның жақтауына алса, екіншіден, редактор мен журналист те кей фотосуреттерді көрсетіп, кей фотосуреттерді көрсетпеу арқылы оқиғаның өзі қалаған идеологиясы мен мағына және дискурсын қалыптастыра алады.

Визуал коммуникациядағы маңызды тағы бір теория ретінде әлеуметтік сәйкестік, біріздік немесе кімдік теориясын айтып кетуге болады. Әлеуметтік кімдік (*Social Identity Theory*) теориясы индивидтер, яғни адамдар, өздеріне тиесілі әлеуметтік топтардан кімдік пен тиесілік сезімін алады деп болжайды. Баспа фотографиясының контекстінде бұл теория суреттердің эмоционалды реакцияларды тудыратынын және бейнеленген белгілі бір адамдармен немесе топтармен сәйкестендіруге көмектесетінін түсіндіруге көмектеседі. Белгілі бір әлеуметтік сәйкестіктерді визуалды түрде көрсете отырып, баспа фотосуреттері аудиторияның әртүрлі әлеуметтік топтармен қарым-қатынасын және олардың көзқарастары мен мінез-құлқына әсер ету жолын қалыптастырады. Яғни, бұл теория бойынша адам өзі таныс мәдениеттермен фотосуретте де оңайырақ және жылдамырақ байланыс жасап, сол туралы ойы мен пікірлерін, дискурсын жақынырақ және нақтырақ қалыптастырады деп айтсақ болады.

Визуал коммуникацияның маңызды бөлігін алатын тағы бір теория культация теориясы деп аталады. Культивация теориясы бұқаралық ақпарат құралдарына, жаңалық медиасына, соның ішінде баспасөзге түсіруге ұзақ мерзімді әсер ету адамдардың әлеуметтік шындықты қабылдауын қалыптастыра алады деп есептейді. Белгілі бір бейнелер мен әңгімелер түрлерін қайталап көру арқылы адамдар әлем туралы ортақ түсініктер мен үміттерді дамытады. Баспасөз фотосуреттері бұқаралық ақпарат құралдары өкілдерінің бір түрі ретінде белгілі бір әлеуметтік нормаларды, құндылықтарды және нанымдарды құру және нығайту арқылы культация процесіне ықпал етеді.

Және визуал коммуникациядағы ең кең таралған және танымал теория ретінде визуал фрейминг теориясын да осы бөлімде қысқаша қарастырып кеткенді жөн көріп отырмыз. Десек те, бұл теория осы тараудың соңғы бөлімінде кеңінен талқыланады. Визуал фреймингті қалыптастыру немесе құру теориясы баспадағы немесе ақпарат құралдарындағы фотосурет сияқты визуал элементтердің жаңалықтардың фреймдеруіне немесе кадрлануына қалай әсер ететініне ерекше назар аударады. Ол визуалды атрибуттардың, соның ішінде композицияны, фокусты және визуал белгілерді суреттің интерпретациясы мен мағынасына, контекстіне қалай ықпал ететінін және әсер ететінін зерттейді. Визуал кадр оқиғаның нақты аспектілерін бөліп көрсетуі, белгілі бір эмоцияларды ерекшеленуі немесе аудиторияның нақты жауаптарын тудыруы мүмкін. Бұл теория баспасөз фотосуреттерінің жаңалықтарды құруға және қоғамдық қабылдауды қалыптастыруға қалай ықпал ететінін түсінуге көмектеседі.

Осы теориялар жаңалық медиасы мен бұқаралық ақпарат құралдарындағы баспасөз фотосуретінің рөлі мен қабылдауын түсіну үшін маңызды және өзекті негіздерді және концепттер мен теориялық тіректі қамтамасыз етеді. Олар визуал элементтерді кодтау, декодтау және жаңалықтарды тұтыну контекстінде мағынаны, контекстті құру мен қалыптастыру және қайта өңдеу әдістері мен тәсілдері туралы түсініктерді және ұғымдарды, болжамдар мен мүмкіншіліктерді ұсынады.

Фотосурет күші мен жаңалық медиасындағы визуалдардың әсерін қарастыру қолданулар мен қанағаттанулар теориясынан да сусындайды. Кейбір масс коммуникация зерттеушілері фильмдердің Америка жастарына әсерін зерттеген Payne Fund зерттеулерін тек «медиа әсерін көрсеткен пропаганда зерттеулері» және медианың жеке қолданысын зерттейтін қолданулар мен қанағаттанулар теориясына қарсы деп сынаған болатын. Десек те, қолданулар мен қанағаттанулар теориясының алғашқы зерттеулері сипаттамалы, яғни аудиторияның масс медиаға қатысты жауаптарын категоризациялауға ғана тырысты. Сонымен қатар, бұл зерттеулердің теориялық ортақ келісімі жоқ еді, әдіснамасы да жосықтық және жеке еді (Ruggiero, 2000: 4). Алғашқы визуал коммуникациядағы фильмдер мен визуалдың адам қабылдауына әсерін қарастырған зерттеулер дәстүрлі медиа әсері зерттеулерінен функционалистік перспективаға қарай ығысты. Яғни, дәстүрлі пассив қабылдаушы зерттеулерінен, аудиторияның медиа хабарламаларын таңдаудағы психологиялық және әлеуметтік себептерін де анықтап, байланыстыруға тырысты (Ruggiero, 2000: 5). Осы теория арқылы аудиторияның жоғары белсенділігінен төмен белсенділік деңгейіне дейінгі теориялық белсенді аудитория модельдері пайда болды. Мысалы, тәуелділік те, депривация теориялары да кейбір адамдар белгілі бір жағдайларда ғана, мысалы, үйге камалу, табыстың аздығы және стресстің кейбір формалары арқылы бұқаралық ақпарат құралдарына жоғары дәрежеде тәуелділікті қалыптастыратынын айтады. Демек, қолданулар мен қанағаттанулар теориясына сай да адамға визуал мен фильмдер сияқты бейнелер әсер етуі үшін оның сол визуалмен байланысы және кейде оның ең әлсіз тұсында қажеттілік үшін байланысы орнауы керек. Медианың тәуелділік теориясы медиа әсері медиа, аудитория және оның қоғамының арасындағы қарым-қатынас арқылы анықталатынын алға тартады. Тұлғаның қанағаттануы медиа жүйесінен келген мәліметті мақсат еткенде медиа әсері де жоғары болады.

Ақпарат құралдарындағы фотосурет пен жаңалық медиасындағы визуалдар жекелеген және басқа элементтерден тәуелсіз бір аспект емес, біз оны тақырып пен сипаттама, осыған дейінгі визуал бейнелер мен қасындағы мәтін арқылы көреміз және түсінеміз. Осы үшін фотосуреттер де мәтін сияқты белгілі бір схемаларға сай зерттеліп, қарастырыла алады. Және бұл нәрсе мәтіндік тұрғыдан да сияқты когнитивті түрде қабылдауға әсер етеді. Яғни, адам белгілі бір идеяға, оқиғаға немесе іс-шараға қызығушылық танытса және қызықса, ол когнитивті түрде сол визуалдарға көбірек мән береді және назар аударады және оны оңайырақ қабылдайды (Domke және әріптестері, 2002). Қысқаша немесе қорытындылай айтқанда, ғалымдар мен зерттеу нәтижелері адамдарда бұрыннан бар психикалық категориялар «жаңа» ақпарат пен деректерді қабылдау, сақтау, еске түсіру және кейіннен пайдалану тәсіліне айтарлықтай әсер ететінін көрсетеді. Осыған дейін білетін немесе қызығатын тақырыптарда фотосуреттер мен визуалдарды түсіну де оңайырақ, жеңілірек және тезірек болып келеді. Бірақ, сайып келгенде, ақпаратты қабылдау мен оны түсіру, интерпритациялау осыған дейінгі ойымыз бен түсінігімізге,

тәжірибемізге тәуелді болып келеді, сол арқылы баспа фотосуреті мен ақпарат құралдарындағы визуалдарды қабылдауда тек визуал фреймдер ғана емес, адамның осыған дейінгі білімі, мәдениеті мен тәжіриесі мен өмірі де маңызды болып келеді. Яғни, жиілік пен белгілі бір бейненің жақында, яғни көп уақыт өтпестен жариялануы да фотосуреттің ақпарат құралы мен баспадағы күшіне әсер етеді (Fiske және Taylor, 1991). Осыны ескеретін болсақ, фотосурет пен баспа фотосуретінің абсолютті және ештеңеге бағынбайтын күші туралы айту қиын, күшті ықпал парадигмаларына сай масс коммуникация құралдарының күші болса да, бұл күш ақпараттың жай ғана берілуі мен қалай берілгенімен, фреймімен ғана анықталмайды. Фотосуретті түсініп, интерпритациялау, оның ақпарат қабылдауы мен түсінілуіне әсері мен күші бар дей алу үшін баспа фотосуреттерінің жиілік, жарияланған кезі мен уақыты, қайда жарияланғаны сияқты аспектілерді де ескеру керек. Солардың барлығы белгілі бір идеология немесе дискурсқа сай жасалған кезде ғана оның күші мен әсерін талқылауға болады.

Аудиторияның саяси хабарламалар мен ақпаратты тұтыну мен түсінудегі визуал ақпарат пен баспа фотосуреттерінің күші мен рөлі көп зерттелген тақырыптардың арасында емес. Бірақ бұл зерттеушілер осы тақырыпты тіптен қарастырмай, ақпарат тұтынудағы визуал рөлдерді ұмытты және ескермеді деген сөз емес. Шынында да, әлеуметтік психология мен психология зерттеулері фотосуреттердің мәтін мен лексикалық сөздерге қарағанда ұзағырақ есте қалатынын, оңайырақ ескер түсетінін зерттеп, дәлелдеген болатын. Бұл зерттеулер фотосуреттің ақпарат құралдарында, ақпарат таратылуында, әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде де таратылатын мәліметтерде ақпарат пен жаңалықтың түсінілуі мен интерпритациясында, есте қалуында үлкен рөлі бар екенін дәлелдейді. Десек те кей зерттеушілер визуал бейнелер мен ерекше таратылатын баспа фотосуреттері мен визуалдардың күші бар болса да және ол туралы саяси элита жиі айтса да, ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің қоғамдық пікір мен ойды қалыптастыруда күші тым қарапайым зерттеліп, өте қарапайым ұсынылып, талқыланатынын айтады (Domke және әріптестері, 2002). Олардың пікірінше, осыған дейінгі күшті ықпал парадигмаларының қарастыратын күшті немесе сиқырлы оғы немесе қаруы осыған дейін саяси элитаның пассивті қабылдау түсінігіне негізделген еді. Яғни, аудиторияны пассивті қабылдаушы ретінде қарастырған кезде, оларға визуал мен ақпарат құралдарындағы фотографияның күшін еш күмәнданбай айтуға болады. Ал аудиторияның пікір қалыптастыруда, пікірді насихаттауда және визуал бейнелерді интерпритациялауда актив және белсенді рөлі бар екенін ескерсек, ақпарат құралдарындағы фотографияның олардың эмоциясы, реакциясы мен шешімдеріне әсер ететінін жай ғана айтып қоя салу жеткіліксіз болып табылады. Және бұл зерттеушілер осыған нақты эмпирикалық дәлел болатын кейстер мен зерттеулердің жоқ екенін атап өтеді. Осы ғалымдар мен зерттеушілер фотосуреттер мен визуал бейнелердің адаммен және аудиториямен қарым-қатынасқа, адамдардың осыған дейінгі білімі мен

тәжірибесімен қарым-қатынасқа түсетінін және сол арқыты ғана пікір мен қоғамдық ой қалыптастыратынын айтады.

Визуал коммуникациядағы фотосурет күші мен әсерін түсінуде визуал сендіру (*visual persuasion*) теориясын да қарастырып кткен жөн. Визуал сендіру теориясы адамдардың мінез-құлқы, әрекеттері мен жосықтарына визуал коммуникацияның әсерін зерттемен айналысады. Ақпарат құралдарындағы фотография мен баспа фотографиясы мысалында таратылатын фотосуреттер мен визуал бейнелер адамның ақпарат қабылдауы мен оны түсінуіне әсер етеді (Perloff, 2014). Визуал сендіру техникалары арқылы жаңалық медиалары мен ақпарат құралдары стратегиялық түрде фотосуреттерді фреймдей алады және сол арқылы белгілі бір көзқарастарға жақтаса алады. Яғни, фотосуреттердің қаншалықты өтірік алдай алмайтыны мен тек бейтарап болып, шындыққа негізделетінін алға тартсақ та, фотосурет жеке және субъективті техника мен әдістерге негізделгендіктен, бәрібір, стратегиялық және мақсатты түрде фреймдерге ие бола алады. Бұл жерден журналистиканың бастапқы алғышарттары жасалып жатқан кезде пайда болған метафора мен теория, яғни, қақпашы теориясы (*gatekeeping theory*) да іске аса алады. Бұл теория редакторлар мен журналистер тарапынан белгілі бір сүзгіден өткізіліп, жарияланымға жететін ақпаратты сұрыптап ұсыну үрдісін түсіндіруге тырысады. Яғни, бұл теорияға сай журналист пен редактор немесе жалпы редакция идеология, ақпарат қолжетімділігі немесе басқа кез келген аспект пен факторға сай ақпаратты таңдап, кейбірін жариялайды және кейбірін аудиторияға дейін жеткізбейді. Қазіргі кезде ақпараттың қолжетімділігі өскендіктен, кей зерттеушілер бұл метафораның өзекті болмағанын айтса да, ақпараттың бүкіл жерде және кез келген адам тарапынан жариялана алуы оның жарияланым мәселелерін шешті деп айтуға келмейді. Фотожурналистика мен баспа фотографиясында қақпашы теориясы қай фотосуреттің жарияланатынын және қай фотосуреттің тек редакция архивінде қалатынын шешеді. Редакторлар қақпаны күзетін жатқан адамдар сияқты фрейм ен фотосуретті таңдап, оның қалай және қайда жарияланатынын, қай мәтінді әрлейтіні мен көрнекілейтінін шешеді (Shoemaker және Vos, 2009). Бұл шешімді тек журналист пен редактордың жеке білімі, тәжірибесі, мәдениеті мен кімдігі ғана емес, редакцияның идеологиясы, қаржыландыру түрі, инвесторлары мен басшылығы және жұмыс істеп жатқан бағыты да анықтай алады.

Зерттеушілер фотографияның екі ұшты, нақты емес және интерпритацияға ашық болатынын айтқанымен, Burgin (1982: 147) пікірінше, фотография «бірден» және «табиғи» түрді декодталады, яғни аудитория тарапынан қабылданады. Бірақ көп ретте аудитория бұл жерде және бастапқыда фотографияның шындықтың кішігірім репродукциясы емес екенін, оның тек айналамыздағы жүйенің мысал ретінде үлгісі екенін аңғармай жатады. Қазіргі кезде фотосуреттердің күшін зерттеу үшін әртүрлі әдістер қолданылады. Кей зерттеулер визуал фрейминг пен контент анализ арқылы нарративтер мен фреймдерді қарастыратын болса, эмпирикалық әдеспен жаңалық тұтынуы

сияқты фотосурет пен визуал тұтыну мен оның мәтін қасында болуы адамға тікелей қалай әсер ететіні жайлы бақылау әдісін қолданатын зерттеулер де бар.

Технологияның дамуы тек фотосуреттердің түсірілуі мен таратылу үрдісіне ғана емес, жалпы күнделікті өміріміздің көп аспектісіне де әсер етті. Соның ішінде технологиялық детерминизм (*technological determinism*) технологияның дамуы әлеуметік, мәдени және коммуникация процесстері мен үрдістеріне де әсер етіп, өзгерткенін алға тартады. Бұл жерде баспа фотосуреттері мен жалпы фотожурналистика табиғатынын демократизацияланғанын, яғни, кез келген адамның осы үрдіске үлес қосып, септігін тигізе алатынына деген өзгерісті атап өтуге болады (Allan, 2013). Фотосуреттердің түсірілу мен таратылу оңайлығы дәстүрлі қақпашы теориясы мен жалпы тәжірибелерді қиындатты, алдымызға жаңа кедергілер туындатып қойды. Осы технологиялық өзгерістер визуал эстетика, жеделдік пен жылдамдық және фотосуреттердің символдығы мен вирустылығына да әсер етті. Яғни, технологиялық детерминизм фотосуреттер тәжірибесінің мен қабылдануының да технологиялық даму мен жетістіктерден кейін өзгергені мен трансформацияланғанын айтады. Осыны ескере отырып, жаңа зерттеулер де тек бұрынғы ақпарат қабылдау модельдеріне ғана емес, қазіргі ақпарат жинау, сұрыптау мен таралу үрдісі мен ерекшеліктерін де ескеруі керек.

Зерттеулердің маңызды және көп бөлігі фотосуреттердің қолдану жиілігі оның түсінілуі мен қабылдануына, ақпараттың қолжетімділігі мен түсінілуіне оңай болуын зерттеп, қарастырған болатын. Ал кейбір зерттеушілер мен ғалымдар есте сақтау мен қабылдау үрдісінің байланысқан когнитивті жүйелер желісі арқылы іске асатынын алға тартқан болатын. Бұл зерттеулер белгілі бір концепт, контент, мағына мен визуал аудитория тарапынан көріліп, байланыс жасалған кезде есте сақтау үрдісіне жеткен кезде бұрынғы сақталған ассоциациялармен байланысатынын айтады. Сол арқылы осы жаңа көрілген және осыған дейін де адам ойында болған бейнелер мен детальдар біріге отырып, тандемде жұмыс істеу арқылы ғана есте сақталып, интерпритацияланады. Осыдан кейін де белгілі бір идея төңірегінде қалыптасқан бөлек құрылған байланыстардың көбеюі арқылы осындай байланыстардың жанама түрде «импликациялық қатынас» арқылы активацияланатыны айтылады (Judd және Krosnick, 1989). Яғни, осы зерттеулерге сай, адамның белгілі бір фотосурет пен визуал арқылы пікірі мен ойы, реакциясы мен естелігі бірден қалыптаса салмайды. Ол осыған дейін сол оқиғамен байланыстырылып есте қалған ұғымдар мен бөлімдермен бірігіп, тандемде интерпритацияланады. Ал белгілі бір бейне байланыстарының ойымызда көп болуы, бөлек уақытта және жағдайда қабылданса да, жанама түрде сол естеліктерді сақтап қалуымызға әсер етеді. Демек, осы зерттеу тек жаңалық фотосуреті мен ақпарат құралы визуалының жиірек көрсетілуі жақсырақ қабылданатынын ғана емес, жиірек көрсету сол концепциялық және когнитивті бөлектенген байланыстарды арттыратынын, ал сол байланыстардың кейін жанама түрде еске түсетінін көрсетуге тырысады.

Қақтығыс фотографиялары мен визуалдарының аудитория мен көрермен пікіріне әсері зерттеушілер тарапынан кеңінен талқыланатын тақырып. Knightley және Pilger (2003) соғыс пен конфликт нарративтерін қарастырып, зерттей келе, фотосуреттер мен визуалдар адам пікірі мен қоғамдық пікірге әсер етіп, эмоционалды реакцияларды тудыртады және адамдардың шешім қабылдауы мен әрекет етуіне, ақпаратты тұтынғаннан кейінгі қорытындыға әсер ету мүмкіндігі бар екенін алға тартады. Осыған дейін де айтып өткеніміздей, фотосурет пен визуалдар оңай түсінілмей, бірнеше интерпритацияға ашық болуы мүмкін болса да, визуалдардың адам қабылдауына әсері бар екенін көрсеткен зерттеулер бар. Мысалы Domke және басқалары (2002) эксперименталды анализ жасау арқылы суреттердің болуы немесе болмауы, олардың қалай және қайда орналасқаны, олардың манипуляциясы, қай бұрыштан түсірілгені мен субъектінің фотографияда көрсетіп немесе істеп тұрған нәрсесі адам қабылдауына, сыни бағалауы немесе позитивті баға беруіне әсер ететінін көрсеткен болатын.

Адамдардың фотосуреттерді қалай қабылдағаны оқиға, жағдай және фотосурет түріне қарай, адамдардың тұрғылықты жері мен мәдениетіне де байланысты болады. “Мәдениет” ұғымын тек заттар жиынтығы ғана емес, әрекеттер жиынтығы деп те сипаттайтын Stuart Hall (1997: 2) мәдениеті ұқсас адамдардың бірдей ұғымдар, суреттер мен идеяларды түсінетінін алға тартады. Бірдей мәдениеттегі адамдар суреттерді де ұқсас түрде қабылдайды (1997: 4). Бірақ фотосуреттердің қуат пен күш динамикасы тек фотожурналистер мен тілшілер, редакторлар қабылдаған шешімге ғана емес, сонымен қатар, осы шешімдерге әсер ететін әлеуметтік, мәдени және саяси контексттерде де болады. Білік пен саяси қатынастар, бірдақтылықтар және идеологиялық перспектива мен көзқарастар ақпарат құралдарындағы фотосуреттерді таңдауды, өңдеуді және ұсынуды қалыптастырып, мағынаның жасалуы мен құрастырылуына әсер етіп, бар нарративтерді күшейте алады (Rose, 2001).

Аудиторияның фотосуреттерді түсініп, интерпритациялау алуына, сол арқылы фотосуреттердің бір мағына мен дискурс қалыптастыруына сол адамның визуал сауаты да әсер етеді. Визуал сауат адамның визуал, яғни бейне хабарламаларын түсіну мен интерпритациялауын меңзейді. Ал қабылдау теориясы аудиторияның хабарламамен қалай белсенді немесе актив байланысқа түсіп, оны интерпритациялайтынын түсіндіреді. Фотосуреттерде адамдардың визуал сауат деңгейі оның сол фотосуретті қалай көріп, түсінетініне әсер етеді. Сол үшін қабылдау теориясының зерттеулерінде адамдардың визуал сауаты мен визуал бейнелер мен фотосуреттерді де түсініп, интерпритациялайтынын, сол арқылы ақпаратпен байланысқа түсіп, оны түсініп, басқаларына да тарататынын мен түсіндіретінін ескеру қажет.

Жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы фотосуреттер мен визуалдардың аудиторияның эмоционалды реакцияларын тудырту және бейнеленген, яғни фотосуреттер көрсетілген субъектілерге эмпатияны ояту мүмкіндігі бар (Nelson және Tandoc, 2021). Визуал коммуникация теориялары ақпарат жеткізу мен адам ойындағы бейнесін қалыптастырудағы визуал

элементтердің күшін зерттейді. McCloud (1993) пікірінше, аудитория жарияланбаған, көрінбеген немесе нақты және толық түсіндірілмеген жерлер мен тұстарды өзі қалыптастырып, түсінуге тырысады, сол арқылы аудитория ұсынылған визуал бейнелер мен фотосуреттерді, ақпаратты тұтынып қана қоймай, интернетпритация жасацдық актив және белсенді субъектілеріне және бөлігіне айналады. Шындықтың әлеуметтік конструкция екендігіне байланысты теориялар баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы жаңалықтардың қалай түсірілгені, қалай таңдалғаны мен қалай жарияланғаны әлеуметтік нормаларды, құндылықтар мен ұстанымдарды және күш пен қуат динамикасын айқындайды (Berger және Luckmann, 1966). Сол арқылы баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдары мен жаңалық медиасындағы фотосуреттер әлеуметтік нарративтер мен қоғамдық талқы қалыптастыруда маңызды рөл ойнайды.

Заманауи журналистика талабы бойынша қазіргі кезде баспадан ТВ жаңалықтарына дейін белгілі бір оқиға жариялана алуы үшін оның фотосуреттері мен бейнесі болуы керек. Яғни, жаңалық құндылықтары факторларына да сай, ақпараттың фотосуреті мен бейнесінің болуы оның жариялану мүмкіндігін арттырады. Бұл, әсіресе, визуал тәжірибеге негізделген ТВ жаңалықтары үшін де қолданылады. Яғни, жаңалықтың визуал бейнесі болмаса, ол әдетте ТВ жаңалықтарының күн тәртібінде болмайды, себебі оларға мәтінмен қатар, сол жаңалықтың видео кезегін, яғни мәтін оқығанда көрінетін визуал бейнелер, суреттер мен видеолар қажет. ТВ жаңалықтары видео мен суреттердің, яғни визуалдың болуына мұқтаж. Нақты және әсерлі суреттер қазіргі кезде түсінікті және аудиторияны байрап алатын репортаждардың негізгі құрушы бөлігіне айналды. Iyengar және Kinder (1987) айтуынша, саясаттанушылар, журналистер мен әлеуметтік зерттеушілер жаңалықтарды суреттер мен визуалдар арқылы беруге бейім болып, Вьетная соғысында балалардың қайтыс болғанын айтуға қарағанда, оның көрсетумен жаңалық репортаждары мен мақалаларын әсерлі етеді. Олардың пікірінше, әр жарияланатын өнім мен материалда визуалдар үлкен рөл ойнайды.

Десек те, ақпарат құралдарындағы фотосурет пен визуал бейненің күшін қарастырып зерттеген зерттеулер көп емес. Зерттеулер, әдетте, фотосуреттердің контентін бағалауға немесе олардың жасалып, қалай жарияланғаны контекстін зерттеп келген.

Ақпарат құралдарындағы фотосуреттер мен визуалдар аудиторияның немесе қоғамның қабылдауын қалыптастыруға, күн тәртібіне әсер етуге және эмоционалды белсенділікті арттыру мәселелерінде үлкен және зор күшке ие. Жаңалық фотосуреттерінің визуал табиғаты жеке адамдар, тұлғалар мен қоғамдағы топтарға ұзақ әсер етуі мүмкін (Domke және басқалары, 2002). Оның ішінде өте аз аудитория зерттеулері фотосуретті қарап, қабылдап, оның аудитория ойына әсер етуін күрделі процесс ретінде бағалайды. Фотосурет пен ақпарат құралдарының визуалдарының күші теориялық тұрғыдан бірнеше күш түріне бөліне алады. Бірінші күш мнемоникалық күш (*mnemonic power*) деп аталады. Яғни, бұл жақтағы визуалдар жалпыла адетальдары арқылы оңай түсініліп, есте сақталады. Екіншісі, фотосуреттердің белгілі бір метонимдерге

немесе оқиғалардың үлгісіне, бейнесіне айнала алу күні, бұл жерде визуалдар көбіне метафоралық, символ мен иконалық күшпен бағаланады. Үшіншісі, эстетикалық күш, яғни белгілі бір оқиға немесе жаңалықтың өте әсерлі бір композиция мен визуалға ие болуы. Және әдетте бұл күш адамдар зардап шегіп, жәбір көріп жатқан кезде ортаға шығады. Төртіншісі, эмоционалды күш, яғни, визуалдардың аудитория мен адам эмоциясы мен эмпатиясы визуалда бейнеленген оқиға мен субъектілерге қарай бағыттай алуы. Және бесіншісі мен соңғысы, потенциалды маңызы бар саяси күш, бұл жерде фотосуреттердің саяси бір сенімге әсер етіп, оны өзгертіп немесе басқаша қайта қалыптастыра алу күші айтылады (Perlmutter, 1998). Lu, Sundar және Liu (2019) мобильді, яғни смартфон арқылы тұтынылатын жаңалықтардың орналасуының ақпарат тұтынылуы мен түсінілуіне әсерін зерттеп, фотожурналистикадағы визуал назар аудару мен сенімділікті қабылдаудың маңыздылығын атап көрсетеді. Фотосуреттер мен визуалдар адамның назарын сенімділікті сақтай отырып аударту үшін стратегиялық түрде орналасуы керек және визуалды түрде тартымды болу керек. Олардың пікірінше, фотосуретті тағдау мен орналастыруға ерекше мән берілуі керек, себебі ол визуал нарративке, визуал сторителлингтің қалай болатынына және кейін ақпараттың қалай қабылданатынына әсер етеді.

Десек те, ақпарат фотосуреті өздігінен тұратын және өздігінен мағына шығарып, әсер ететін элемент емес. Себебі қазір көріп отырған суретімізге байланысты біз сезім мен эмоция қалыптастыру біздің осыған дейінгі біліміміз бен тәжірибемізге де байланысты болады. Сол үшін фотосуреттер мен визуалдар мәтін сияқты осыған дейінгі білім мен тәжірибе, мәдениетке де негізделіп бағалануға мәжбүр болады. Яғни, зретеушілер белгілі бір объект, субъект, оқиға, іс-шара немесе басқа кез келген фотосурет пен визуалды көргенде адам осыған дейін бұл сурет немесе оқиғаға байланысты нәрсемен таныс болса, оның осы фотосурет пен визуал туралы белгілі бір қорытынды шығару мен эмоционалды жауап беруі тезірек жүзеге асады (Domke және басқалары, 2002). Сонымен қатар, осыған дейінгі көргеніміз бен білгеніміз фотосурет күшінің активациялануы үшін маңызды болатын болса, оның жиілігі де визуалдардың адам ойындағы бейнесіне әсер етеді. Яғни, аудитория белгілі бір бейнелер мен кадрларды жиірек көрген сайын, сол фотосуреттер мен бейнелердің ықпалында қалу мүмкіндігі де көбейеді. Бұл да бір жағынан дәстүрлі күн тәртібі теориясының орнау үрдісі мен қағидаларына сәйкес, визуал күн тәртібі теориясында да жиі көрілген бейнелер аудиторияға қандай бейне туралы ойлауы қажет екенін белгілеп, бағамдайды. Сонымен қатар, кей зерттеулер саяси оқиғалардың медиада жариялануы және фотосуреттері адамдардың және аудиторияның белгілі бір ұжымдық когнитивті бағалауын бастатуы мүмкін, яғни бұл нәрсе арқылы зерттеушілер осы тақырыптар мен фотосуреттің медиадағы күші зерттелуге лайық тақырып екенін көрсеткен болатын (Domke және басқалары, 2002).

Зерттеушілер ақпарат құралдары фотосуреттері мен жаңалық медиасы визуалдарының аудитория назарын аударуда және эмоционалды жауаптарды

оятуда ерекше күшке ие екенін көрсеткен болатын. Фотосуреттер жай ғана мәтінге қарағанда хабарламалар мен месседждерді жеткізуге және эмпатикалық реакцияларды тиімдірек тудыруға мүмкіндік береді. Зерттеулер эмоционалды күшті жаңалықтар фотосуреттері оқиғаларды қабылдау мен есте сақтауға айтарлықтай әсер ететінін анықтады (David және Millar, 2019). Яғни, эсоционалды күшті суреттермен көрнекіленген жаңалықтар мен оқиғалар адамдардың ойында тез сақталып, ұзақ уақыт дискурс құруға бейім болып келеді. Бірнеше зерттеу жаңалықтар медиасының фотосуреті мен ақпарат құралдарының визуалы қоғамдық пікірді қалыптастыруға әсерін тигізетінін зерттеп, дәлелдеген болатын. Зерттеулер фотосуреттер қоғамдық көзқарастарды, нанымдар, сенімдер мен пайымдауларды айтарлықтай қалыптастыра алатынын көрсетті (Gamson және Modigliani, 1989).

Сонымен қатар, жаңалық медиасының фотосуреті саяси жұмылдыру, біріктіру мен әлеуметтік өзгерістерде рөл атқаратыны анықталды. Зерттеулер көрсеткендей, күші бар әсерлі бейнелер эмпатияны оятып, адамдарды наразылық акцияларына қатысу, әлеуметтік істерді қолдау немесе қайырымдылық ұйымдарына көмектесіп, қайырымдылық жасау сияқты әрекетке итермелейді (Bennett, 2012). Жаңалықтарды суретке түсіру хабардарлық мен аудиторияның ақпараттануын арттыруға, қоғамдық пікірге әсер етуге және қоғамдық қозғалыстарды ынталандыруға үлес қоса алады.

Қорыта келгенде, фотосуреттердің ақпарат қабылдауы мен интерпритациялануында белгілі бір орны бар. Бірақ фотосуреттің осы күшін ештеңеге бағындайтын тәуелсіз бір әсер мен күш деп қарастыруға келмейді. Себебі фотосурет өздігіненемес, қасындағы мәтінімен бірге түсініледі. Өздігінен тұрса да, ол фотосуретті түсіне тек сол фотосуреттегі бейнеге ғана емес, адамның осыған дейінгі білімі мен тәжірибесіне және мәдениеті мен кімдігіне байланысты қалыптасады. Бұл тарауша масс коммуникация мен медиа зерттеулеріндегі фотосурет зерттеулерінің орны мен фотосуреттердің ақпарат құралдарындағы күшін түсінуді мақсат еткен болатын. Жаңалық медиасының фотографиясының күші туралы зерттеулер оның қоғамдық пікірді қалыптастырудағы, нарративтерді құрудағы және әлеуметтік пен саяси өзгерістерді жүргізудегі ықпалды рөлі бар екенін көрсетеді. Визуал бейнелер мен фотосуреттердің күші бар екенін түсіну бізде ақпарат құралдарындағы сурттерді сыни талдауға, олардың эмоционалды реакциядағы рөлін түсінуге және түсіндіруге, сонымен қатар, медиа мамандар мен журналистерге де визуал контентті сыни көзбен және бұрынғыдан жақсырақ жасауға және өндіруге мүмкіндік береді.

2-Тарау. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы көрінісі

2.1 Визуал коммуникациядағы дискурс пен контент анализ

Жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы конфликт пен қақтығыстағы визуал мәтіндерді зерттеуде визуал фрейминг анализі маңызды болып саналады. Messaris және Abraham (2001) визуалдар мен суреттер бейне мен стереотиптерді қалыптастырып, қайта өндіре алатындықтан, және сол өндірілетін стереотиптер мәтіндік тұрғыда болмаса да, қалыптаса алғандықтан, визуал фрейминг зерттеулерінің маңызды екенін айтады. Визуал коммуникация бүгінгі медиа ортада маңызды рөл атқарады, қоғамның жаңалықтар мен ақпаратты қабылдауын қалыптастырады, мағына мен контексті қалыптастырады және әлеуметтік дискурсқа әсер етеді. Визуалдарды қолдану, түсіндіру және қоғамға әсер ету тәсілдерін тереңірек түсіну үшін визуалды коммуникацияны зерттеу әртүрлі зерттеу әдістемелерін, соның ішінде дискурсты анализ бен контент анализді біріктіру жолында дамып келе жатыр.

Гитлин сөзінше (Gitlin, 1980: 7), медиа фреймдер таңдау, ерекше етіп көрсетіп, баса назар аудару және көрсетпей алып тастаудың қайталанатын және бірқалыпты үлгілері болып келеді. Осы арқылы шындық пен шынайы өмірдің кейбір аспектілері мен бөлімдері басқаларына қарағанда ерекше көрсетілуі мүмкін, ал өмірдің кей тұстары ақпарат құралдарының назарынан, сол арқылы медиатұтынушыларының назарынан да тыс қалады және өмірдің визуализациясы мен интерпритациясы қалағандай қалыптастырылуы мүмкін. Бұрынғы зерттеулер визуал мен ақпараттың көрнекі элементтерін назардан тыс қалдырса, соңғы онжылдықта визуал коммуникация зерттеулері мен фрейминг анализдері үшін жақсы қадамдар жасалды (Parry, 2011).

Медиа фреймдер қайталанатын және сол қайталануы арқылы адам пікірі мен аудитория ойына әсер ететін болса, белгілі бір оқиғаның визуалды бейнесін көру үшін сол фреймдерді анықтау маңызды. Баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдар табиғи түрді таңдамалы болып келеді, себебі кез келген ақпарат пен жаңалыққа журналист немесе редактор фотосурет пен визуалды өзі таңдап, жариялайды және бұл процесс фотожурналистің тікелей жұмысына да жатпай мүмкін, және әдетте жатпайды да. Редакторлар бұл таңдауды нарративтің дамуы, эстетикалық шешім, жалпылама композицияға сай болуы сияқты әдістермен таңдауы мүмкін.

Бұл диссертация жұмысы сандық және сапалық семиотикалық анализ әдісін қолданады. Сандық әдіс арқылы біз жалпы қарағанда қалыптасқан және көрсетілген бейнелерді категорияға бөліп, қарастыратын болсақ, сапалық әдіс арқылы олардың құрастырған мағыналарына тереңірек үңілетін боламыз. Визуал суреттердің бәріне ортақ және жаһандық мағынасы болмағандықтан, және белгілі бір медиада суреттің болуы сол суреттің позитивті мағына тудыруына себеп болмайтындықтан, екі әдісті де визуал анализ кезінде қолданған маңызды. Reese (2001) айтқандай, ең жиі көрсетілетін фрейм немесе бейне ең маңызды болмауы мүмкін, сол үшін сандық анализ міндетті түрде сапалық анализді де қажет етеді. Бұл зерттеудің негізін оқиғаның визуалы, бейнесі мен фотосуреттерін бағалау үшін контент анализ арқылы оқиғаның, біздің мысалымызда Қордай қақтығысының, медиадағы көрінісін жалпылама талдауға тырысу тұрады. Яғни, біз, біріншіден, Қордай оқиғасының ақпарат құралдарындағы жалпы бейнесі мен таралған ең көп фреймдерін көру үшін сандық контент анализ әдісіне жүгінеміз. Біздің зерттеуіміздегі визуал фрейминг анализі фотосурет пен визуалдарды үш деңгейде қарастырады: біріншісі, жалпы композициялық деңгей, яғни, фотографияның өзінің ішіндегі контекст пен фрейм; екіншісі, жаңалық дискурсының ішіндегі контекст, яғни суреттің қасында тұратын сипаттама мен тақырыбымен байланысы арқылы туындайтын дискурс; және фотожурналистің жеке тәжірибесіне негізделетін фотосуреттердің қалай түсірілгені мен көрсетілгенін түсінуге тырысатын фотосурет элементтерін талдайтын деңгей.

Кіріспеде де айтып өткеніміздей, біз бұл зерттеу арқылы бірнеше сұраққа жауап бергіміз келеді. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарында таралған ең көп бейнелері қандай деген сұраққа контент анализ арқылы жауап беретін болсақ, Қордай оқиғасының мәтін және сурет байланысындағы дискурста қандай дискурсты туындататыны жайлы сұраққа дискурс анализбен жауап беруге тырысамыз.

Визуал коммуникациядағы контент анализ мағыналы түсініктерді алу үшін жаңалық медиасы мен ақпарат құралдары контенті мен мазмұнын жүйелі түрде талдайтын сандық зерттеу әдісі болып табылады. Визуал коммуникацияны зерттеуде контент анализ зерттеушілерге визуал материалдардағы үлгілерді немесе паттерндерді, тақырыптарды және тенденцияларды, феномендер мен ерекше болып көрінетін аспектілерді анықтауға көмектеседі, бұл визуалды ұсынуды, медиа фрейминг және аудиторияны қабылдауды зерттеуге мүмкіндік береді. Контент анализ зерттеушілерге визуал өнімдер мен материалдарды жүйелі және эмпирикалық түрде зерттеуге мүмкіндік береді. Визуал мазмұнды талдау арқылы зерттеушілер әртүрлі медиа көздерінде немесе уақыт бойынша үлгілер, паттерндер мен тенденцияларды және вариацияларды анықтай отырып, негізгі басымдылық беріліп жүрген тақырыптарды, нарративтерді, әңгімелер мен символдық көріністерді тауып, аша алады. Бұл тәсіл визуалды коммуникацияға әлеуметтік, мәдени және саяси әсерлерді анықтауды жеңілдетеді. Кодтау үшін біз бірнеше категорияны пайдаландық. Біріншіден, жарияланатын

фотосуреттердің жалпы метадатасын анықтау мақсатында, фотосурет жарияланға медиа, күні, тақырыбы, сипаттамасы мен сол суретте не бейнеленгені талданды. Бұл жерде фотосуреттің контексінде не бейнеленгені бізге Қордай қақтығысында ақпарат құралдарында таралған негізгі бейнелер мен фреймдерді көруге және анықтауға мүмкіндік береді. Fahmy (2005) зерттеуінде осыған дейінгі зерттеулерді қорытындылай келе, фотосуреттер мен визуалды талдау барысында олардың графикалық табиғатын түсіну үшін түсіру қашықтығы мен ракурсын да анықтаудың маңызды екенін атап өтеді. Яғни, тағы бір кодтау категориясында біз фотосуретте мен визуалдардың алыстан, жақыннан, жалпы картинаны немесе тікелей жекелеген адамды түсіріп, көрсеткенін қарастыратын боламыз. Фотосуреттерде бейнеленген объектілер, субъектілер мен тақырыптарды анықтау арқылы олар Қордай қақтығысы бейнесінің негізгі фреймдері мен категорияларына топтастырылатын болады. Сонымен қатар, фреймдерді анықтау барысында бұл суреттердің көбірек қай жақтан түсіріліп, қай тарапты қолдауға бейім екенін де көруге тырысамыз.

Түсіру бұрышы. Фотосуреттің қалай түсірілгені визуал мен оны қарап отырған аудитория арасында байланыс пен қарым-қатынас орнатады. Сол арқылы фотосуреттің ішіндегі элементтер оның сырты болғанындай қарыммен байланыс жасайды. Фотосуреттегі элементтік біріншіден өз арасында жақын, алсы, бірге, қашықтан орналасу арқылы байланыс жасайды. Сонымен қатар, қай жерден және қалай түсірілгеніне байланысты аудиториямен де байланыс орнатады. Coleman (2010) пікірінше, көз деңгейінде түсірілген суреттер адаммен нейтралды байланыс орнатады, жоғарыдан түсірілген фотосуреттер визуалға негатив рең берсе, төменнен түсірілгені позитив мағына береді. Яғни, фотосуреттері субъект бізбен деңгейлес болып, көзімізге қарағанда, онымен деңгейлес бір қарым-қатынас орнайды. Аудитория фотографияға жоғарыдан қарағанда, аудиторияға фотосуреттері субъектілердің үстінде басымырақ күш беріледі. Ал фотосурет астынан түсірілсе, визуалдағы субъектілерге аудитория мен көрерменге қарағанда көбірек күш пен ықпал беріледі. Бірақ үлкен топ адамдарды түсіргенде фотожурналистер, әдетте, жоғарыдан түсіретін кадрларды таңдайды. Бұл – жалпы картина мен оқиғаны көрсету үшін қолданылатын тәсіл. Зерттеушілердің пікірінші, тікелей түсірілген ракурстар, яғни, алдынан алынған кадрлар аудиторияға әсерлірек болады, ал шетінен түсірілген кадрлардың әсері азырақ болып саналады. Фотосуреттегі адам тікелей камераға қарағанда, ол мейірімді және жақсы ниетті бір байланыс орнатады.

Түсіру қашықтығы. Визуал коммуникация зерттеулерінің тініде түсіру қашықтығы кадрдағы бейнелердің қаншалықты жақыннан немесе алыстан көрінетінін айқындайды. Бұлар, әдетте, ұзақтан, орташа ұзақтан, орта план, жақын план, өте жақын план деген сияқты түрлерге бөлінеді. Бұл ұғымдар камера объективі мен түсіріліп жатқан субъектілер немесе объектілер арасындағы ара қашықтықты білдіреді. Орташа план, яғни, белден жоғары түсірілген қашықтық нейтралды немесе бейтарап болып саналады. Жақыннан, яғни басы мен иығынан жоғары түсірілген кадр позитивті болып саналса, бүкіл

денені көрсететін алыстан түсірілген план негативті болып саналады. Жақыннан түсірілген кадрлар, әдетте, драмаға толы болып саналады, олар эмоцияға әсер етіп, эмоционалды реакция туындатады. Бірақ осындай кадрларда айналадағы нәрселер мен композиция көрінбейді. Ал алыстан түсірілген кадрлар, әдетте, жеке адам мен тұлғаның драмасы мен оқиғасына қарағанда жалпы контекстті алға тартады және қояды. Жақыннан түсірілген кадрлар аудиториямен интимді және өте жақын адаммен сияқты байланыс орнатады (Coleman, 2010). Яғни, жақыннан түсірілген субъектілер кадрда жақын болғандықтан, қабылдау тұрғысынан да жақын қабылданады, алыстан түсірілген кадрлар «алыстағы өзгенің» жапа шегуін көрсетіп, адамдардың ойында әсерлі эмоционалды реакция мен жауап туындатпауы да мүмкін.

Түсіру фокусы. Түсіру шокусы, қарапайым тілмен алғанда, фотосуреттерді объектілер мен субъектілердің қаншалықты фокуста және қаншалықты тек арттағы бір кадр, сцена немесе композиция болып көрсетілгенін анықтайды. Сонымен қатар, фокус субъектінің арттағы болып жатқан оқиғаға байланысты қаншалықты фокуста болатынын көрсетеді. Әлеуметтік перспективадан қарасақ, жақынырақ фокуспен түсірілген адамдар мен субъектілердің саяси немесе әлеуметтік күші болуы күтіледі (Bowe және басқалары, 2019).

Біз қолданатын сапалық әдіс дискурс анализ деп аталады. Визуал коммуникация зерттеулерінде дискурс анализ зерттеушілердің фотосурет пен оның қасындағы мәтінін зерттеуге бағытталған әдіс деп саналады. Дискурс анализ –тіл мен коммуникация тәжірибесінің мағына, контекст пен әлеуметтік құрылымдарды қалыптастыру жолдарын зерттейтін әлеуметтік ғылымдарда негізделген зерттеу әдістемесі. Визуал коммуникацияны зерттеуге қолданғанда, дискурс анализ визуал мәтіндерге енгізілген күш пен әсер динамикасына, идеологияларға және мәдени контексттерге назар аударады. Күнделікті өмірде біз фотосуретті көрген кезде оның қасында мәтіннің болмауы өте сирек кездеседі. Тіпті, күнделікті ашатын әлеуметтік медиа аккаунттарында да әр суреттің қасында мәтін болады. Фотографиялар мен мәтін бірге жұмыс істеп, бір мағына өндіруге тырысқанда дискурс пайда болады. Біздің мақсатымызға сай дискурс фотосурет, мақала тақырыбы мен фотосуреттің сипаттамасы арқылы анықталады. Дәстүрлі түрде бұл әдіс жазба және ауызша айтылған мәтінді зерттеуге бағытталған. Бірақ қазіргі әдістердің трансформациялануымен бұл әдіс фотосуреттерді зерттеу үшін де қолданылады. Визуал коммуникацияны зерттеуде дискурс анализді қолдану арқылы зерттеушілер визуалдар мен визуалдардың қасындағы мәтіндердегі жасырын және көрінбейтін контекст пен мағыналарды, идеологиялық астарларды және дискурсивті тәжірибелерді аша алады. Бұл тәсіл визуал көріністерді сыни тексеруді жеңілдетеді, әлеуметтік, саяси және мәдени салдарларды ашады және визуалдар мен жаңалық фотосуреттері әлеуметтік сәйкестіктер мен нарративтер құруға қалай ықпал ететінін көрсетеді. Дискурс анализдің осылай кеңеюі визуал бейнелер мен фотосуреттердің өзіне көр қызмет алуы мен оның лингвистикалық тілді итеріп, мәтін сияқты қызмет атқаруымен байланыстыруға болады (Iedema, 2003: 33).

Бұны былай қарастырсақ болады, фотосурет өзі тұрғанда бір мағына өндірсе, қасында мәтін тұрған кезде мағынасы өзгеруі мүмкін. Осы контекстте мағынаны және оның өндірілуін дискурс анализ зерттейді. Визуал коммуникация зерттеулеріндегі дискурсты талдау семиотиканы, мультимодальды талдауды және сыни дискурсты талдауды қосып алып, бірқатар әдістемелік және методологиялық құралдарды қамтиды. Зерттеушілер визуалды мәтіндердегі дискурсивті стратегияларды, күш қатынастарын және мәдени кодтарды ашу үшін мәтіндік элементтермен қатар композиция, түс, таңбалар және контекст сияқты көрнекі элементтерді талдайды. Дискурс анализ үшін күш, мағына, идеология сияқты компоненттер маңызды болып табылады. Дискурс анализдің екі негізді теориялық тірегі бар: а) беделді, көп таралған мен ең қатты көрінетін дискурс ең идеологиялық болып саналады, өйткені ол билік пен білімнің ең күшті талаптарын қамтиды; сондықтан оны зерттеу маңызды; ә) дискурс әрқашан контекстте зерттеліп, талдануы керек, себебі осы арқылы оның әлеуметтік және идеологиялық негіздерін ашу мүмкін болады.

Біздің зерттеуімізге қажет дискурс анализдің үш қадамы бар:

1. Фотосурет пен оның қасындағы мәтінін түсіндіру
2. Фотосурет пен қасындағы мәтіндерді дайындау және қабылдау контекстін талдау
3. Фотосурет пен қасындағы мәтіндер белгілі бір әлеуметтік шындықты қалай құрайтынын түсіндіру (Weintraub, 2008).

Фотосурет пен мәтіннің контентін түсіндірген кезде фотосуретте не немесе кім бейнеленгенін, композицияны, камера орналасуы мен өңдеу түсі, адамның қалай және қай жерде, қандай қашықтықта орналасқанын түсіндіру керек. Яғни, біра жағынан бұл контент анализ нәтижелерін кеңірек түсіндіру болып табылады. Екіншіден, фотосуреттің қасындағы мәтінін түсіндіріп, оның фотосуретте болып жатқан оқиға немесе шараны түсіндіретіні мен түсіндірмейтіні, оған қаншалықты қарсы келіп, оны қолдайтынын қарастыру керек болады.

Екіншіден, контенттің анализін істегенде сол контенттің қайда, қалай жарияланғанын, фотосуреттің жасалуы мен жариялануы аясындағы басқа да саяси немесе әлеуметтік аспектілерді қарастыру керек.

Үшіншіден, фотосурет пен мәтіннің құрған дискурсын, оның идеологиялық немесе әлеуметтік дискурс болып-бола алмайтынын, және мәтін мен сурет байланысында қарама-қайшылықтар немесе белгілі бір стереотип пен идеялардың құрастырылып, жанданып, қайта өндірілуін қарастыру керек.

Зерттеудің өлшем бірлігіне келген кезде дискурс анализ үшін кішкентай бірлікке қарағанда жалпылама контекст маңыздырақ болып саналады. Үлкенірек зерттеу бірлігі зерттеушіге шешім қабылдап, талқы жүргізіп, қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Дискурс анализ фотосуреттер мен визуалдардың коммуникативті жұмысын қалай орындайтынына қызығушылық танытып, зерттеуге тырысқандықтан, фотосуреттердің көрерменге қалай ұсынылғанын көру өте маңызды. Фотосурет шамамен әрқашан жазба мәтінімен, яғни сипаттама және тақырыппен бірге жүреді және оларды да талдауымыз

керек дискурстың бір бөлігі ретінде қарастырған жөн. Дискурста фотосурет пен мәтіннің арасында жиі орнайтын екі байланыс түрі бар – тематикалық және уақыт байланысы. Тематикалық байланыс орнатылатын жерде фотосуретпен оның мәтіні мен тақырыбы тақырыптық тұрғыдан байланысты болады. Екінші жағынан фотосуретте мен мәтін уақыт жағынан байланыс орнатса, бұл жерде тек таңдалған уақыт пен сол уақыттағы фотосуреттерді зерттеу маңызды болып табылады.

Дискурс анализ шындық пен шынайы өмірдің репрезентациясын зерттеуге бағытталғандықтан, оның көп бөлігі, әдетте масс коммуникация құралдарында зерттеледі. Бірақ бұл жерде статистикалық деректерді алу мақсат болмағандықтан, үлкен көлемді деректерді зерттеуге қажеттілік болмайды.

2.2 Қордай қақтығысының контексті

Қордай қақтығысына байланысты мәлімдеме істегенде Қазақстан билігі ұлтаралық араздық терминін қолданбауға тырысса да, күнделікті конфликттен туындаған үлкен қақтығыс пен оқиғаның міндетті түрде бұдан терең және жылдар бойы келе жатқан себебі болуы мүмкін.

2020 жылдың жетінші ақпанында Жамбыл облысының Қордай ауданында кешке қақтығыс болды. Түні бойы жалғасқан бұл қақтығыста алғашқы деректер бойынша жеті адам қайтыс болған еді. Әлеуметтік медиада таралған хабарласдан кейін жарияланған ресми деректерге сай, Қордай ауданында бірнеше топ адам арасында қақтығыс болды. Келесі күннің түскі уақытына дейін ешқандай ресми хабарлама болмады. Тек сенбі күні (8 ақпан) таңертең уақытта президент Қасым-Жомарт Тоқаев халықты бейбітшілік пен бірлікке шақыратын үндеу жасады, ал түскі уақытта бас прокурор орынбасары мен ақпарат министрі Астанада пресс-конференция жасады. Дәл осы уақытта әлеуметтік медиа мен мессенджерлер адамдардың тарататын өрт пен қақтығыс болып жатқан фотосуреттер мен видеолардың, адамдардың жаппай шекарадан қашып жатқан кадрларына толы еді. Таратылған видео және аудио хабарламалар тікелей ұлтаралық араздыққа шақыратын сөздер мен идеяларға толы болды. Өрт пен қақтығыс болып жатқан видеолардың артқы дауысында бұл Масанчи ауылында видеоға түсірілгені айталады. Масанчи мен оған көршілес жатқан Сортөбе мен Бұлан-батыр ауылдарында дүнген диаспорасы тұрады.

Ішкі істер министрлігінің сол кездегі басшысы Ерлан Тұрғымбаевтың пресс-конференцияда берген мәліметінше, жұма, яғни 7 ақпан күні Қордай ауылының шетінде жетпіске жуық адам жиналды, одан кейін тағы үш жүз адам жиналып, үлкен қақтығыс пен айналаны қирап, ортеген жанжал басталды. Қасым-Жомарт Тоқаев сол түні әлеуметтік медиа akkaунтында Қордай ауданында тұрмыстық қақтығыс болғанын және провокаторлар сол қақтығысты қолданғанын жазады. Бірақ оның сөзінше, полиция оқиғаны басып, өз қолына ала алды. Сенбі күні Дәурен Абаев президенттің жалған ақпарат таратпағанын, түнде жағдай тынышталып, кейін қайтадан ушыққанын мәлімдейді. Әлеуметтік

медиа мен мессенджерлерде таралған ақпаратқа сай, қақтығыс пен кикілдіңдер таңертеңгі уақытқа дейін жалғасқан болатын.

Келесі күнгі президент мәлімдемесінде де болған оқиға баяндалып, оған ұлтаралық қақтығыс статусы берілмейді. Сол кезде президент оқиғаның мән-жайын анықтайтын комиссия құрып, кінәлі адамдарды жазалауды тапсырады. Сенбі күні ішкі істер министрлігінің басшысы сегіз адам қайтыс болғанын, қырық адамның жарақат алғанын, отыз жер үй, он бес тұрғын үй кешені мен жиырма үш автокөліктің өртенгенін айтады. Одан кейінгі деректерде он бір адам қайтыс болды, он тоғыс полиция өкілі жарақат алды. Құқық қорғау органдарының ішінде қайтыс болғандар болмаса да, екі адам жарақан алғаны белгілі болды. Ішкі істер министрлігі басқа аудандарда жағдай қалыпты екенін айтса да, келесі күндері Алматыдағы базар – барахолка ашылмады және сол жерде құқық қорған органдары мен арнайы жасақ болды. Абаев пресс-конференция кезінде бұл қауіпсіздік шаралары екенін айтты, себебі мессенджерлерде таралған аудиоларда барахолкада қақтығыс бастау туралы хабарлар тарады.

8 ақпан күні кешке де Қарасу шекарасынан көптеген адамның, оның ішінде басым көршілігі дүнгендер Қырғызстан мен Қазақстан арасындағы шекарадан өтуге тырысты. Дүнгендердің Қазақстандағы ассоциациясының бастығы Хусей Дауров бұрын да тұрмыстық кикілжіңдер болса да, атыс болып, осындай үлкен қақтығыстың бірінші рет болғанын айтады. Жиырма мыңнан астам адам шекарадан өтіп, үйлерін тастап кетуге мәжбүр болды.

Ішкі істер министрлі қырық жеті адамның ұсталғанын айтты. Кейін елу бір адамға айып тағылып (37 қазақ және 14 дүнген), сот үкімі шықты. Айыпталушыларға "Жаппай тәртіпсіздік" (272-бап), "Қаруды, оқ-дәрі, жарылғыш заттар және жарылыс құрылғыларын заңсыз иемдену, беру, өткізу, сақтау, тасымалдау немесе алып жүру" (287-бап), "Қорқытып алу" (194-бап), "Қарақшылық" (192-бап) және "Адам өлтіру" (99-бап) баптары бойынша айыптар тағылды. Бір адам толық ақталып шықса, сот үкіміндегі ең ауыр жаза 20 жыл болып тағайындалды.

9 ақпан күні Молдабеков (2020) жазған репортажда екі жақпен сөйлесу арқылы оқиғаның себебін анықтауға тырысады. Қазақстандағы дүнген ассоциациясы бастығы Дауровпен кездесуге бара жатқанда сол жердегі адамдардың бірі бұл қақтығысты «Сириядағыдай» деп сипаттайды. Дауровтың сөзінше, Ауқатты, Масаншы және Сортөбе ауылдарындағы әйелдер мен балалардың барлығы дерлік Қырғызстанға кетіп бара жатыр. Адамдардың барлығының қорқып жатқанын айтады, жағдайдың орнына келгенін айтсақ та, барлығының басқа жерден пана іздеуге бейім екенін айтқан. Оның сөзінше, олар бұл жерде 140 жыл бейбітшілік пен келісімде өмір сүріп келе жатыр және қарулы қақтығыс бұл жерде бірінші рет болған. Хусей Дауров қақтығыстың 5 ақпан басталғанын айтады. Оның қақтығыс туралы нұсқасы мынандай: адамдар үлкен КАМАЗбен жолға шығып, жолда бөгет болады, үлкен көлік болғандықтан, кедергі болуы оңай. Сүйтіп сол КАМАЗ жүргізушілері бір көлікке кедергі болып, кикілжің басталады. Кішкентай көлікте қазақтар бар еді.

Оның сөзінше, ғаламторда төрт адамның сегіз адаммен төбелескені жазылған. Негізгі екі адам мен төрт адам төбелесті. Яғни, төрт қазақ пен екі дүнген. Олардың арасында жасы үлкен бір адам бар еді. Онымен ешкім төбелеспеді, сөздерінше, тек итеріп қалған кезде ол құлап, аяғын жарақаттаған болатын, сол үшін оны ауруханаға жеткізген. Бұл адамдардың барлығын ұстаған болатын. Дүнген ақсақалдары да кикілжіңді бейбіт жолмен шешу үшін сол жерге келді. Бәрі келісімге келіп, кикілжіңді бітіргендей болды, оқиға орнына бірден 15 экипаж жол патрульдік полиция қызметкерлері келген еді. Олар адамдарды тынышталдырудың орнына өтіп бара жатқан көліктерді тоқтатып, олардан ақша сұрай бастады. Сол кезде екі дүнген жігіттің полиция қызметкерімен ерегісіп жатқан, әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде таралып жатқан видео түсірілген болатын. Дауровтың сөзінше, олар ол дүнген жігіттерді ақтамайды, құқық сақтау органдарымен ондай қарым-қатынас олар тарапынан құпталмайды. Бірақ оны әлеуметтік медиа мен мессенджерлерге таратқан адамдар оқиғаны басқа қырынан көрсетіп, манипуляциялаған болатын. Сонымен қатар, ол жасы үлкен қазақтың да жарақаттанған төбелесіндегі дүнгендерді ақтамайды. О келіспеушілік болса, құқық қорғау органдарына хабарласу кере кекенін айтады. Оның сөзінше, екі күннен кейін, яғни ақпанның жетісі бір топ адам келіп, Масаншы мен Сортөбеде үйлерді қиратып, өртеп, адамдарды ұра бастайды. Оның сөзінше, оны да ұрып кеткен, қолы сынған. Бұл кикілжің Масаншы ауылында ерекше күшпен өткені сезіледі. Дауровтың сөзінше әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде дүнгендердің қару қолданғаны және оқ атқаны жазылған. Бірақ оның сөзінше олардың ешқайсысында оө ататын қару болмаған. Оны ұрған кезде ол бір рет есінен танса да, оянған кезде полиция қызметкерлерінің ұрып-соғушылар мен бүкіл жерді қиратушыларды ұстамаған. Қақтығыс, жұманың шамамен саған кешкі бесінен сенбі күнгі таңертеңгі беске дейін жалғасқан. Ол Ассамблея депутатына бірнеше рет хабарласса да, оның адамдардың келе жатқанын ғана айтқанын айтты. Масаншының басқа дүнген тұрғындары да журналиске, шамамен, тура осындай оқиғаны айтқан. Қақтығыс кезінде Дауров сөзінше, кейбір дүнгендерді қазақ отбасылары өз үйіне кіргізіп, аман қалуына септігін тигізген.

Қақтығыстан кейінгі күндері Қаракемер ауылында блокпост пайда болған. Бұл – Масаншының қасындағы ауыл. Ол жерде көбінесе қазақтар тұрады. Олар коррупция мен биліктің оларды жиі кінәлайтынына наразы. Олардың сөзінше, Масаншыда бірдеңе болса, билік бірден Қаракемердегі қазақтарға күмәндана бастайды. Қаракемерде бағанағы жасы үлкен қазақтың балалары тұрады. Осы адамның ұрып-соғылғаны, негізінен, әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде осы қақтығыс пен кикілжіңнің негізгі себебі ретінде көрсетілген. Олардың да сөзінше, кикілжіңдер болып тұрса да, оның осындай жағдайға жеті бірінші рет болып жатыр. Олардың сөзінше, машинада үш адам келе жатқан. КАМАЗ жолды бөгеп тұрғандықтан, олар тоқтаған. Сол кезде КАМАЗдан дүнген жігіт шығып, былапыт сөздер айтып, машинаны тепкен. Машинаның нөмірі шайқалып, балалардың бірі сыртқа шығады. Ол сыртқа шыққанда бағанағы дүнген жігіт оны қылқындыра бастайды. Оның ағасы да

сыртқа шыққанда КАМАЗ-дан басқа дүнген жігіттер шығып, төбелсе бастайды. Сол жердегі көрші үйде, олардың сөзінше, дүнген жігіттердің әкесі тұрады, ол да балтамен сыртқа шығады. Жағдайды тынышталдыру үшін қазақ жігіттердің әкесі сыртқа шығады, ол мүгедек, таяғы бар еді. Ол шыққанда жігіттердің бірі оны іш дағына ұрып, ол құлайды. Оны көтеруге тырысқан баласын біреу таспен басынан ұрады. Қазір олардың әкесі ота жасауға дайындалып жатыр. Олардың сөзінше, оларды он адам ұрған, олар полиция учаскесінде төртеуін тани алған.

Екі тараптың да оқиғасынан кімнің дұрыс, ал кімнің бұрыс екенін анықтау қиын. Қалай болса да, бұл тереңде жатқан әлеуметтік теңсіздік сияқты мәселелердің сол кезде ортаға шыққан жағдайы. Бұған тікелей ұлтаралық қақтығыс деген баға берілмесе де, ұзақ уақыттан бері екі ұлттың арасында болған әлеуметтік мәселелерден кейін жағдайдың болғаны көрініп тұр.

2.3. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы визуал көрінісі

Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы көрінісін зерттеу үшін біз бірнеше ақпарат құралы мен сол жердегі жаңалықтар мен репортаждарды таңдап алдық. Қордай қақтығысы кезінде ақпарат әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде тез таралғандықтан, зерттеу нысаны ретінде біз Brand Analytics дайындаған Қазақстандағы әлеуметтік медиада сілтеме берілуі бойынша топ 30 медианың ішінен ақпарат агенттіктері мен сайттарды таңдап алдық. Алғашқылар болып Zakon.kz, Қазинформ, Sputnik Қазақстан, Sports.kz, Tengrinews, Nur.kz, Atameken TV, Lada.kz пен Азаттық радиосы тұрса да, біз осының ішінен үш медианы зерттеу нысаны етіп қарастырды. Қазинформ мен Tengrinews сайттарының архивінде Қордай қақтығысы туралы жеткілікті жаңалық табылмады. Tengrinews редакциясы сайттың қазақ бөлімінде іздеу жүйесі жұмыс істемейтінін айтса да, Google-дың іздеу функциясымен де қажет ақпарат табылмады. Sports.kz спортқа бағытталған медиа болғандықтан ол да біздің зерттеу нысанымыздың мақсатына сай келмеді. Nur.kz сайтында редакцияның журналистерінің жеке суреттері болмағандықтан, оның үлгісі осыған дейін қарастырылған сайттармен шамалар болды. Бізге Қордай оқиғасының ақпарат құралдарындағы бейнесінің жалпы үлгісін (pattern) көру маңызды болғандықтан, бұл сайт та нысанға кірмеді. Atameken TV телеарна болғандықтан, ал біздің зерттеу нысанымыз көбірек диджитал мен онлайн медиаға бағытталғандықтан, зерттеу мақсатына сай келмеді. Осылай Қордай қақтығысы туралы ақпараты бар, редакция журналистерінің өздерінің түсірген суреттері де болған Zakon.kz, Sputnik Қазақстан және Азаттық радиосы зерттеуіміздің нысанына айналды. Біздің зерттеуімізде оларды салыстыру мақсат болмағандықтан, бұл медиаларға кім иелік ететіні, жарияланым жиілігі мен қаржыландырылуы, аудиториясы біз үшін маңызды болмады. Біз үшін маңыздысы – сол сайттардың қазақ тілінде Қордай қақтығысы туралы жаңалық пен мақалаларының болуы.

Келесі кезекте уақыт аралығын анықтау маңызды. Біз Қордай қақтығысы кезіндегі бейнені көргіміз келгендіктен, ең негізгі қақтығыс күндері, яғни 7, 8

және 9 ақпанды қарастырдық. Осы уақыт аралығында үш сайтта әртүрлі жаңалық, мақала мен фотосурет мөлшері болды. Бірақ бағана айтып өткеніміздей, ақпарат құралдарын бір-бірімен салыстыруды мақсат етпегендіктен, біз тек сол ақпарат құралдарындағы тікелей Қордай қақтығысына қатысты мақалаларын (бұрынғы президент Нұрсұлтан Назарбаев пен Сара Назарбаеваның Жамбыл облысы тұрғындарына көңіл айту жаңалығын санамағанда) қарастырдық.

Фотосуреттердің анализі үш деңгейде жасалды. Оның алғашқы екеуі сандық болса, соңғысы сапалық болып табылады.

Зерттеу нысаны ретінде алынған бірінші медиа – Zakon.kz. Zakon.kz – Қазақстан және әлем жаңалықтарын тарататын ақпарат құралы болып табылады. Сайттарында сайт пен редакция туралы бөлім жоқ, сол үшін осы жерде кім істейтіні, фотосуреттерге жауапты адамдардың болып немесе болмағанын, фотосуреттерді кім таңдап, кім түсіретінін айту қиын. Бірақ сайттың мемлекеттік тендерден және мемлекеттік тапсырыстан ақша мен бюджет алатыны белгілі. Сол үшін осы сайттағы дискурс пен фреймлер идеологиялық және авторитарлы дискурс жағынан қалыптасуы мүмкін деген шипотеза мен болжам бар. Бізге оның қазақ тіліндегі бөлімінде Қордай қақтығысы туралы жаңалықтары қажет болды. Бұл сайтта Қордай қақтығысы туралы ақпарат көп болмады. 7 ақпанда сайтта еш жаңалық жарияланбаса, 8 ақпан күні 3 жаңалық пен әр жағалықта 1 суреттен, 9 ақпан күні 2 жаңалық пен әрқайсысында 1 суреттен жарияланды.

Зерттеуіміздің екінші нысалы – Sputnik Қазақстан, Ресей Федерациясының иелік ететін жаңалық сайты. Sputnik Қазақстан сайтында да сайттың ұстанымдары мен қағидаларын, этикалық ережелерін, фотосуреттерді таңдау мен түсіру үрдісіне байланысты қалыптастырған нұсқаулықтары жоқ. Сайт Ресей Федерациясы тарапынан қаржыландырылатындықтан, бұл жерде де идеологиялық және авторитарлы фрейм мен дискурстер қаупі бар, бірақ ол Қазақстан мемлекеттік билігінен өзгеше болуы мүмкін. Сайттан байқалған нәрсе – ақпаратта қолданылған суреттердің барлығына жуығы редакция тарапынан түсірілген, яғни, фотожурналистер штаттық қызметте болмауы мүмкін, бірақ жарияланған суреттер осы редакция үшін түсірілгені көрінеді. Олардың иллюстративті және сток суреттері де редакцияның жеке фото банкінен алынған. Бұл сайтта бірінші нысанға қарағанда көбірек жаңалық пен фотосурет жарияланды. Бұл сайтта жалпы үш нысанның арасында ең көп фотосурет пен жаңалық жарияланды. Sputnik Қазақстан сайтында жалпы алғанда үш күнді 24 жаңалық пен 47 фотосурет жарияланды. 7 ақпан күні тек 1 жаңалық пен 1 фотосурет болса, 8 ақпан күні 12 жаңалық пен 15 сурет, 9 ақпан күні 11 жаңалық пен 31 фотосурет жарияланды.

Ең соңғы зерттеу нысаны – Азаттық радиосы. Азаттық – фото, видео және мәтін түрінде ақпарат тарататын мультимедиалы уеб-сайт. Олардың сайтында редакция туралы және олардың негізгі құндылықтары мен ұстанымдарын айқындайтын бөлім бар. Олар демократиялық құндылықтарды насихаттауды, адам құқығын жаңалық тарату арқылы дамытуды мақсат ететін

сайт болып табылады. Азаттық редакциясы нақтылық, бейтараптық принциптерін негізге алады, ақпарат пен комментарий жариялағанда жеке пікірін араластырмай, комментариц қасында да ақпарат пен мәлімет қосады, аудитоорияны құрметтеп, насихаттан аулақ болуға тырысады. Азаттық радиосы жайлы ескере кететін бір жайт, олардың Қордай қақтығысы туралы жарияланған бөлек видеолар мен фото галереялары да бар. Біздің зерттеуде тек мәтіндік жаңалықпен қатар келген фотосуреттер ғана қарастырылды. Азаттық радиосы сайтында үш күнде 15 жаңалық пен 28 фотосурет жарияланды. 7 ақпан күні 1 жаңалық пен 1 фотосурет, 8 ақпан күні 8 жаңалық пен 10 сурет, 9 ақпан күні 6 жаңалық пен 17 фотосурет жарияланды. Ендігі кезекте осы сайттардың ең негізінен қандай фреймдерді өндіргенін қарастыратын боламыз.

2.3.1 Сандық контент анализ. Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы фреймдері

Бірінші кезекте әр ақпарат құралындағы жарияланған фотосуреттердің ең негізні объекті мен субъектіні анықтауға тырысамыз. Жалпы алғанда, Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы репрезентациясы адаммен тікелей байланыс құрмай, қираған мекемелер, өртенген үйлер мен көліктер арқылы қалыптасқан. Яғни, Қордай қақтығысының ақпарат құралдарындағы бейнесі дехуманизацияланған, адамдарға қарағанда, бұл жерде материалды нәтиже мен салдары жиірек көрсетіледі. Зерттеу әдісі түсінікті болу үшін бұл жерде әр фреймнің не білдіретіні мен қалай қалыптастырылғанын айтып кеткен жөн. Жаңалық фотосуреттерінің барлығының, ең, алдымен, кодтау әдісі бойынша фотосурет контенті талданды. Яғни, зерттеуші тек фотосуреттерде қандай объектілер бар екенін арнайы кестеге жазып отырды. Кейін осыған дейін жасалған зерттеулерді сәйкестендіріп және адаптациялап, Қордай қақтығысында бейнеленген объектілер мен субъектілер арнайы бөлек категория мен фреймдерге бөлінді. Бұл жерде фрейм пайызының көрсеткіші 100-ден асуы мүмкін, себебі бір фотосуретте бірнеше деталь мен бөлшек болса, ол екі категорияға да жата алады.

Бірінші фрейм, яғни, өртенген үйлер, көліктер мен басқа объектілер тікелей мағынада адамдар болмаған, қираған және өртенген объектілер мен үйлердің фотосуреттерін қамтиды. Бұл жерде бұл фотосуреттер тек объектілерді көрсетуі мүмкін, сонымен қатар, объектің қасында өтіп бара жатқан немесе жүрген бірнеше адамды, өртті сөндіріп, үйінділерді тазалауға тырысып жатқан өрт сөндірушілер мен құтқарушыларды бейнелей алады. Бірақ бұл суреттердің барлығында өртенген объектілер мен үйлер тек фотосуреттің бұлыңғырланған артқы фоны емес, нақты көрініп, фокус түсетін бөлігі ретінде бейнеленген.

Келесі фрейм немесе категория арнайы жасақ, әскерилер және полиция қызметкерлері деп аталады. Бұл жерде аты айтып тұрғандай, қалада жүріп бара

жатқан жасақ, полиция, өрт сөндірушілер, құтқарушылар, яғни, оқиға мен қақтығыс салдарымен күресіп жатқан кез келген топ бейнелене алады. Бұл жерде де олар негізгі субъект пен фотосуреттің негізгі бөлімі ретінде көрініс табады және басқа фотосуреттегі детальдарға қарағанда көбірек көзге түседі және байқалады. Бірақ бұл фотосуреттерде үйінділер мен өрт сөндірушілер бірге тұрса, ол екі категорияда да саналады.

Үшінші фрейм үкімет деп аталады және өте нақты президент, министр, әкім немесе басқа кез келген үкімет өкілінің фотосуретін қамтиды. Бұл жерде фотосуреттің тікелей Қордай қақтығысы кезінде немесе Қордай қақтығысының орнынан түсірілуі шарт емес. Бірақ үкімет адамдарының камераға қарап тұрған немесе қарамаған кез келген ракурс пен пландағы фотосуреті мен бейнесі осы фреймнің мысалы бола алады. Осы фреймде суреттердің көбі редакцияға тиесілі болмады, бірақ бәрібір жаңалықтың әрлеуші және көрнекі бейнесі ретінде пайдаланылғанын ерекше айтуға болады.

Қордай қақтығысы репрезентациясында қалыптасқан төртінші, бірақ өте кішкентай және аз мөлшерді алатын фрейм қарапайым халық әрекеттері деп аталады. Бұл жерде біз Қордай ауданында тұратын жергілікті халық пен олардың әрекеттерін, олардың реакциясы мен эмоцияларын көруді мақсат етеміз. Бұл фрейм аз болғандықтан, Қордай қақтығысының ақпарат құралдарында адам оқиғасымен байланысты эмоциялары көрінбесе де, осы фреймде ұстап алғандарды босатуды талап еткен наразы халық тобы, өртенген үйлердің арасында өтіп жатқан бірнеше адам және шекарадан Қырзыстанға кетуге тырысқан және керісінше қайтып келе жатқан адамдар мен бірнеше жағдайда қақтығыс пен салдарының бейнесі ретінде ана мен балалар бейнеленеді.

Қордай қақтығысында қайтыс болған және жарақаттанған адамдар болса да, бұған байланысты қалыптастырылған қайтыс болған адамдар фреймінде шамамен ешқандай фотосурет жарияланбады. Бұл жерде зерттеуші ретінде біз жарақаттанған адамдарды бейнесі көрінбесе де, адамға тигізген әсері мен зардабы тұрғысынан көре аламыз деп ойладық. Бірақ тіелей Қордай қақтығысы кезінде түсірілген фотосуреттер зерттеу нысанындағы үш медианың ешқайсысында жарияланбағандықтан, тікелей қақтығыстан зардап шеккен адамдар да бұл жерде көрініс таппады. Бірақ бұл осындай суреттер ақпарат құралдарының ешқайсысында жоқ деген сөз емес. Мысалы, біздің зерттеу нысанымызға кірмеген Власть аналитикалық порталы Масаншыда болған қақтығыс себептерін анықтау мақсатында репортаж жариялап, дүнгендер мен қазақтар жағының оқиға түсіндірмесін жазады. Сол жерде оқиғаға тікелей қатысқан және ең бірінші тұрмыстық кикілжіңге қатысқан адамдардың фотосуреттері, сұхбат беріп жатқан кездегі бейнелері көрсетіледі.

Біздің зерттеуіміздегі соңғы фрейм иллюстративті суреттер деп аталады және Қордай қақтығысы жаңалықтарына қойылса да, тек көрнекілік ретінде оқиға орны мен салдарынан еш хабар бермейтін және бейнесін көрсетпейтін фотосуреттер осы категорияға кіреді. Осы фреймде басқа жерде түсіріліп, жаңалықтарға қойылған фотосуреттер, сток фотосуреттері, басқа жерде арнайы

иллюстративті мақсаттарда қолданылуы үшін қолданылған фотосуреттер және карта сияқты визуалдар қамтылады. Бұл фрейм үлкен бөлікті алмай, негізінен, қордай қақтығысының тікелей өзіне қатысты болмаса да, мәтіндік және визуал байланыс арқылы өте қызық дискурстарды және авторитарлы дискурстар мен белгілі бір топтар жайлы стереотиптердің қайта өндіріліп, қалыптасуы үшін қызық мағына мен фрейм өндірді.

Zakon.kz сайтының визуал фреймдері. *Zakon.kz* сайты Қордай қақтығысы туралы ақпарат таратқанда қақтығыстың салдары, халық пен ауданның қазіргі ахуалы жайлы бейнелерді қарастырмады. Кесте 2.1-де көрініп тұрғандай, 5 жаңалықтың төртеуі тек министрдің пресс-конференция мен бір адаммен сөйлесіп тұрған суреті мен президент пен министрдің орташа планнан түсіріліген иллюстративті суреттерінен тұрады. Ал қарапайым халықты көрсеткен бір сурет адамдардың жаппай шекарадан өтіп жатқан кездегі видеосынан скрин шотты қамтиды. Яғни, бұл жерде халық негатив бейнеден көрсетіледі, кадрда тек әйелдер мен балалар көрінеді.

<i>Фрейм аты</i>	<i>Мөлшері</i>
Өртенген үйлер, көліктер мен басқа объектілер	-
Арнайы жасақ, әскерилер, полиция қызметкерлері	-
Үкімет	80%
Қарапайым халық әрекеттері	20%
Қайтыс болған адамдар, бейнелер	-
Иллюстративті визуал	-

Кесте 2.1 *Zakon.kz* сайтының визуал фреймдері

Sputnik Қазақстан сайтының визуал фреймдері. *Sputnik Қазақстан* сайты фреймдері әр түрлі элементтер мен нәрселерді қамдыған. Кесте 2.2-ден көрінгендей, ақпарат құралының визуалдарында ең көп қираған үйлер, объектілер, машиналар бейнеленген. Бұл суреттер ең көп 9 ақпан күні жарияланған *Sputnik Қазақстан* журналисінің Қордай аумағында өзі түсірген суреттерден жасалған фоторепортаждан тұрады. Одан кейін арнайы жасақ, полиция қызметкері мен үкімет фреймі жиі кездеседі. Бұл жердегі министр суреттері, әдетте, ресми дереккөзден берілген суреттер. Бұл мақалалардың мағынасында фотосуреттерден Қордай қақтығысының салдарымен күресіп, оны басыға тырысқан тек сол кездегі Жамбыл облысының әкімі Бердібек Сапарбаев қана сияқты болып көрінеді. Жасақ фреймдері әдетте топ болып

тұрған немесе қала үйінділері мен өртенген үйлердің арасында жүрген арнайы жасақ пен полиция қызметкерлерінен құралған. Қарапайым халық бұл жерде көп көрінбесе де, визуал коммуникация теориясындағы қақтығыс пен соғыс салдарының ең үлкен метафорасы – ана мен бала метафорасын қолданған. 9 ақпан күні жарияланған фоторепортаждың екі суреті әр түрлі ракурстан түсірілген ана мен балалары болса, халықтың үшінші суреті шекарадан өтіп жатқан бір топ адам мен 9 ақпан күнгі әкіммен пресс-конференция кезінде түсірілген халықтың тыңдап отырған суреті. Бұл жерде де Қордай қақтығысы фреймі көбіне адамнан алыстатылып, материалдық меншіктің салдарына назар аударады. Ерекше айтатын жайт қайтыс болған адам фреймдері бұл қақтығыста үш ақпарат құралында да қолданылмайды. Тек Sputnik Қазақстан ақпарат құралында бір рет жерде қан боп жатқан адамның суреті мен жолай өтіп бара жатқан адамдардың аяғы көрінетін орташа жақындықта түсірілген сурет бар. Бір қызығы – бұл иллюстративті және Қордай қақтығысында түсірілмеген сурет, ал сурет пен тақырыбының дискурсы біз келесі бөлімдерде талқылайтын қызық мағыналарды өндіреді. Және ең соңғы иллюстративті визуал фреймдерінде үкімет шешімдері айтылғанда Ақорда суреті, арнайы жасақтың бинокльден қарап тұрған жақыннан түсірілген суреті мен ауруханада жатқан адамның қолы мен төсегі көрінетін жақыннан түсірілген фотосуретті қамтиды. Қайтадан Sputnik Қазақстан ақпарат құралында ғана кездескен ерекше фрейм осы иллюстративті визуал фрейміндегі адамның жұдырығын жақыннан түсірген суреттер. Бұл фрейм ақпарат құралында екі рет кездеседі және екеуі де Қордай қақтығысында түсірілмеген сурет болып табылады.

<i>Фрейм аты</i>	<i>Мөлшері</i>
Өртенген үйлер, көліктер мен басқа объектілер	31,9%
Арнайы жасақ, әскерилер, полиция қызметкерлері	23,4%
Үкімет	23,4%
Қарапайым халық әрекеттері	8,5%
Қайтыс болған адамдар, бейнелер	2,1%
Иллюстративті визуал	14,9%

Кесте 2.2 Sputnik Қазақстан сайтының визуал фреймдері

Азаттық радиосы сайтының визуал фреймдері. Азаттық радиосында да Қордай қақтығысы фрейми дехуманизацияланған және өртенген мекемелер, объектілер, үйлер мен көліктерге ерекше назар аударылған. Арнайы жасақ пен

әскерилер бұл жерде екі мағынадағы фреймде қолданылған: біріншісі, қираған үйлер мен қала арасында жүретін жасақ пен өрт сөндірушілер, екіншіден, халық ұстап алғандарды шығаруды талап еткен кезде үрей тудыратын және тізіліп тұрған қарсыласқан мағынадағы жасақ ретінде көрсетілген. Азаттық радиосы сайтында үкімет тек президент Қасым-Жомарт Тоқаевтың мәлімдемесі кезінде және 9 ақпан күні әкім мен министрлік ауруханадағы жарақаттанған адамдарға келгендегі суреттері. Екеуі де ресми дереккөзден алынған және министре мен президентті фокуста ұстайды. Zakon.kz сайтындағыдай бұл жерде де қайтыс болған адамдардың бейнелері көрсетілмеген. Ал иллюстративті сурет тек 7 ақпан күні кешке Жамбыл облысының картасын көрсетіп, кішігірім жаңалық жазылған кезде қолданылған.

<i>Фрейм аты</i>	<i>Мөлшері</i>
Өртенген үйлер, көліктер мен басқа объектілер	60,7%
Арнайы жасақ, әскерилер, полиция қызметкерлері	32,1%
Үкімет	7,1%
Қарапайым халық әрекеттері	32,1%
Қайтыс болған адамдар, бейнелер	-
Иллюстративті визуал	3,6%

Кесте 2.3 Азаттық радиосы сайтының визуал фреймдері

Визуал фреймдердің түсірілу қашықтығы. Келесі кезекте ақпарат құралдарындағы Қордай қақтығысына тереңірек сипаттама мен түсіндірме беру үшін біз фотосуреттердің қандай қашықтықта түсірілгенін қарастыратын боламыз. Бұл бізге аудитория мен фотосуретте бейнеленген нәрселердің байланысы қандай болуы мүмкін екенін топшылауға мүмкіндік береді. Кесте 2.4-те көрінгендей үш медиа әр түрлі түсіру қашықтығын қолданады. Жалпылама алғанда өртенген үйлер мен көліктерді көрсеткен кезде орта мен орташа алыс план, үкімет пен министр фотосуреттерінде орташа жақын немесе жақын план қолданылады. Осыған дейін теория бөлімінде де айтқанымыздай, жақыннан түсірілген кадрлар сенімділік пен авторитарлықты талап етеді. Үкімет репрезентативтері мен министр, президент суреттері, әдетте, белден жоғары, камераға қарап тұрған немесе адамдардың арасында болса да, фокуста тұратыны содан болуы мүмкін.

Өте жақын детальдар көрінетін фотосуреттер тек Sputnik Қазақстан сайтында иллюстративті сурет ретінде жарияланды. Ол жерде екі рет өте

жақыннан түсірілген жұдырық суреті болды. Негізінен жақын түсірілген суреттер адамдарды қамтыса, аудиториямен жақынырақ және шынайы байланыс орнатуға болады. Бірақ бұл жерде тек объектілер бейнеленгендіктен, аудиторияға адам қызығушылығы факторы әсер етпейді. Бұл анализа жасалған кезде екінші кодтаушы адам арқылы оның сенімділігі тексерілмесе де, әдіс осы диссертация авторлары тарапынан дайындалған жоқ. Бұл әдіс пен категориялар осыған дейін осы диссертацияда да айтылған зерттеушілердің визуал фреймингті зерттеу үшін дамытқан әдісін қолдану арқылы жасалған. Яғни, олар тарапынан осы фреймдер зерттеліп, ұсынылып, тексерілгендіктен, біз тек олардың дамытып дәлелдеген әдісін Қазақстан контекстінде қолдануға тырыстық. Сол үшін екінші кодтаушы адамның болмағанын осы аспекспен ақтауға болады.

	Zakon.kz	Sputnik Қазақстан	Азаттық радиосы
Өте жақын (extreme close-up)	-	4,3%	-
Жақыннан түсірілген (close-up)	-	4,3%	-
Орташа жақын (medium close)	40%	21,3%	14,3%
Орта план (medium)	40%	25,5%	7,1%
Орташа алыс (medium long)	20%	21,3%	46,4%
Жалпы план (long)	-	25,5%	28,6%
n/a	-	-	3,6%

Кесте 2.4 Ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің түсірілу қашықтығы

Азаттық радиосы фотосуретіндегі түсіру қашықтығы жоқ бір сурет 7 ақпан күні жарияланған картаның суреті болып табылады. *Zakon.kz* сайты ең көп министр мен үкімет адамдарын көрсеткендіктен болар, оларда тек орта пландар ғана қолданылған, себебі бұл план аудиториямен авторитарлы

байланыс орнатуға көмектеседі. Десек те, олардың жариялаған бүкіл суреттері ресми дереккөзден алынғандықтан, ол ресми идеологияның үкімет адамдарын фокусқа алғанынан, яғни, журналистің бұл жерде белгілі бір мағына үстеп, дискурста мақсатсыз туындатқанынан болуы мүмкін.

Sputnik Қазақстан сайтында ең көп орта және жалпы план қолданылады. Жалпы план көбінесе үйінділер мен өртенген үйлер мен көліктерді көрсетсе, орта пландар жасақты көрсеткенле қолданылған. Бұл жердегі өте жақын план бағана айтқанымыздай жұдырықтың иллюстративті суретіне, ал жақыннан түсірілген кадр президенттің мәлімдемесі туралы жаңалықта қолданылған. Бұл жерде айта кетерлігі, Sputnik Қазақстан үйінділерді түсірген кезде жақыннан кішкентай баланың велосипедінің өртенгенін де түсірген болатын. Бұл визуал коммуникацияда ана мен бала метафорасы сияқты драма тудыратын дискурспен байланысты болып саналады.

Ал Азаттық радиосы президент пен министрлердің, әкімнің суретін көп қолданбағандықтан, жақыннан және өте жақыннан түсірілген кадрлары жоқ. Президент бұл жерде орташа қашықтықтан, ал әкім мен министр жалпы контекст көрінетіндей орташа алыс қашықтықтан түсірілген. Бұл ақпарат құралының негізгі фреймі өртенген үйлер болғандықтан, алыстан және орташа алыстан түсірілген суреттер көп. Бұл деректер бізге нақы фреймдер мен дискурстарды көрсетпеуі мүмкін, бірақ жалпы репрезентация түсіну мен дискурстарды ары қарай талдау үшін алғышарттарын қалыптастыруға көмектеседі.

Сурет сипаттамалары. Үш ақпарат құралында да фотосурет сипаттамалары болса да, әр ақпарат құралында ол әртүрлі жазылған және барлығы фотосурет сипаттамасының стандартына сай емес. Азаттық радиосы сурет сипаттамасына суретте бейнеленіп тұрған нәрселерді жазады және сурет шетіне суреттің авторын, яғни фотожурналист немесе тілшінің аты мен жұмыс істейтін ұйымын көрсететін Азаттық радиосында барлық суреттер өздерінің журналисі түсірген және оқиға кезінде түсірілген суреттер, тек иллюстративті карта, президент Тоқаевтың суреті мен адамдардың шекарада қайтып датқаны мен әкімнің ауруханаға келуі сыртқы дереккөздерден алынған. Бұл жерде осыған дейін айтылған фреймдермен сурет дереккөзін байланыстыруға болады. Азаттық фотосуреттерінің ішінде адам жақыннан көрсетілетін және ана мен бала дискурсына назар аударатын тек біз сурет бар және бұл сурет ресми дереккөзден алынды. Яғни, Азаттық радиосы көбіне жалпылама контекст, оқиғаның салдары сияқты фреймдерге назар аударып, тематикалық фрейм қалыптастыруға тырысты деп болжауға болады.

Sputnik Қазақстан сайтында сурет сипаттамасында тек Sputnik атауы мен фотосуретті түсірген адамның аты жазылады. Ол суретте не бейнеленгені мен фотосуреттің осы оқиғадан алынып-алынбағаны түсініксіз. Теориялық бөлімде айтып өткеніміздей, қазіргі кезде жаңалық фотосуреттерінің сток суреті болғаны немесе болмағанын бірден анықтау қиын. Редакция авторларының фотосуретке сипаттама қоспауы бұл үрдісті одан сайын қиындата түсіде. Google-дың іздеу функцияларына сай, Sputnik Қазақстан жариялаған бүкіл

суреттер Қордай қақтығысында түсірілмеген. Ол жерде нақты Қордай қақтығысы суреттері тек 9 ақпан күні жарияланған фоторепортажда көп көрініс табады. Одан басқа суреттер мен соның ішінде жерде қан жосып жатқан адамның суреті негізі басқа оқиға кезінде түсірілген, бұл жаңалықтарға тек иллюстративті мақсатта қойылған фотосуреттер мен визуалдар болып келеді.

Zakon.kz зерттеу нысанымыздың ең кішкентай және сонымен бірге сипаттамаға ең әлсіз және кедей ақпарат құралы деп баға берсек болады. Бұл жердегі фотосуреттердің барлығы сыртқа дереккөз бен ресми дереккөздерден алынған және ешқайсысына дұрыс сипаттама берілмеген. Zakon.kz сайты тек суреттің авторын немесе алған сайтың ғана жазып кетеді. Десек те, осыған дейінгі зерттеуімде 2,5 жыл бұрын ақпарат құралдарында суретке сипаттама қосу жлқтың қасы еді (қараңыз: Ергебеков және Темірбекова, 2021).

2.3.2. Ақпарат құралдарындағы Қордай қақтығысы бейнесінің дискурс анализі

Зерттеуіміздің үшінші сұрағына жауап беру үшін таңдалған ақпарат құралдарындағы визуал мен фотосуреттерді дискурс анализ тұрғысынан талдайтын боламыз. Дискурс анализ барысында біз жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарына көрнекілік үшін қолданған фотосуреттерді түсіндіріп, олардың мәтінмен байланысын талдап, аудиторияға қандай мағына мен дискурс үстеуі мүмкін екенін айтып өтеміз. Тараудың басында да айтқандай, дискурс анализді үш кезеңде, яғни фотосурет пен мәтінді түсіндіру, олардың қалай өндірілгеніне назар аудару және фотосурет пен мәтін, оның түсірілгені мен қалай берілгенінен туындауы мүмкін дискурстарды қарастыратын боламыз.

Zakon.kz дискурсы. *Zakon.kz* сайты зерттеу нысанымыздың ең аз бөлігін алатын ақпарат құралы болып табылады. Ақпарат құралының 8 ақпан күні жариялаған үш жаңалығының екеуі ресми мәлімдемелер болды. Сәйкесінше, екі сурет сол кездегі Ішкі істер министрі Ерлан Тұрғымбаев пен президент Қасым-Жомарт Тоқаев суреттері болды. Екі суретте де билік адамдары орташа жақын планда сөйлеп тұрған, яғни, пресс-конференцияда отырға суреттері қойылған. Президент тікелей камераға қараған, министр тікелей камераға қарамаса да, ракурс алдынан алынып, оның көзі кішкене ғана шетке қараған. Бұл – авторитарлы дискурс тудыруға себеп болатын белгілер. Екі суреттің де сипаттамасы тек суреттің алынған ресми дереккөзі және жаңалық тақырыбы президенттің мәлімдеме жасағаны мен сезіг адамның қайтыс болғаны жайлы болды. Екіншісі министр мәлімдемесі болғандықтан, бұл екі сурет те сол билік өкілдерінің айтқан сөздеріне қатысты контекстте емес тікелей олардың суреттерімен ғана көрнекіленді. Ақпарат күнделікті жаңалық болғандықтан жалпы аудиторияға арналған және бұл фотосуреттердің түсірілуі үшін редакция және журналистер ешқандай өндіру үрдісіне қатысты болмаған. 9 ақпан күні жарияланған екі жаңалық та сол кездегі Жамбыл облысының әкімі Сапарбаевтың мәлімдемесі мен әрекеттері туралы болды. Екі сурет те қайтадан министрдің орташа алыс планнан түсірген суретінен тұрады. Бірақ екі суреттер де Сапарбаев камераға қарамайды, бір суретте ол халыққа сөйлеп тұрса, екінші

суретте жасы үлкен әйелге тікелей сөйлеп тұрады. Бұл кадр алдынан емес, шетінен алынады. Дискурс жағынан қызығы, Сапарбаевтың Қордайдағы отбасыларға барғаны туралы жаңалықта сурет көзі көрінбесе де, мұнды екені анық болып тұрған жасы үлкен әйелге тікелей қарап тұрып сөйлеп жатқан бейнесі қойылған. Бұл да қайтадан соғыс, конфликт немесе қақтығыс құрбандарын романтизациялауда бала мен аналарды, әйелдерді көрсетуінің белгісі. Себебі фотосуреттің артқы планында айнала қоршап ер адамдар тұр. Сапарбаевтың сол ер адамдармен де сөйлескені белгілі. Бірақ бұл жердегі адам қызығушылығы дискурсы әкімнің әйелге сөйлеп тұрған бейнесімен қалыптасады. Екі мәтінде де Сапарбаев аталғандықтан, көрнекі сурет сол әкімнің суреті болып табылады. Суреттер қайтадан ресми дереккөзден, яғни редакция фотожурналісі бұл жерде ешқандай түсіру үрдісіне араласпаса да, редактор немесе мақала авторы болған журналист осы мақалаға сурет таңдау барысында аталмыш дискурсты таңдаған болатын. Және бұл жердегі халықты көрсеткен бір ғана сурет осыған дейін де айтқанымыздай видеодан скриншот болып табылады. Бұл скриншотта адамдар жаппай шекарадан өтуге тырысып жатыр. Мәлімдемелер бойынша шекарадан кеткендердің көбі әйелдер мен балалар деп хабарланды, бұл суретте де негізінен балалар мен әйелдер ғана көрінеді және ресми ақпарат шын болса, оның солай болуы заңдылық деп есептейміз, яғни бұл жерде әйелдер мен балаларды қақтығыс символының шарасыз жапа шеккендері ретінде көрсетуші дискурсы жоқ. Десек те, жаңалық тақырыбы қалған төрт тақырып сияқты шекарашылардың мәлімдеме жасауы туралы болды, бірақ бұл жердегі сурет шекарашылардың суреті емес, қарапайым халықты негативті бұқара етіп көрсететін фотосурет ретінде таңдалды. Бұл тек скриншот болғандықтан, фотожурналистің суретті түсіруін айту қажет етілмейді, бірақ журналист осы суретті таңдау арқылы халықтың ештеңеге назар аудармай, итерісіп жатқан суретін қою арқылы олардың негативті жақтан қақтығыс дискурсын туындатқан болатын. Қалған төрт мақаланың қалыптастырған үлгісіне (*pattern*) қарайтын болсақ, бұл жерге де шекарашылар немесе арнайы жасақтың иллюстративті суретін қоюға болатын еді.

Sputnik Қазақстан дискурсы. Sputnik Қазақстан зерттеу нысанында ең көп жаңалық пен фотосурет жариялаған медиа болып табылады. Бұл жердегі суреттердің көбі Sputnik Қазақстан жеке медиа банкінен алынған, кей суреттер сыртқы дереккөзден болса, кей суреттер нақты Қордай оқиғасының жеріне барып түсірілген фотосуреттер.

Sputnik Қазақстан дискурсының ең қызық жері олардың иллюстративті сурет қолданғанында пайда болған. Сол үшін талдауды осы категориядан бастауды жөн көріп отырмыз. 7 ақпан күні жарияланған бірінші жаңалық Қордай ауылында тас лақтырып соққыға жыққаны мен жалпы не болғаны жайлы видео деген тақырыппен жарияланған. Ал бұл жердегі иллюстративті сурет сол жаңалықты драмаға толы фильмдегідей дискурсмен көрнекілеген. Сурет 2.1-де көрінгендей, бұл – Рихабау фото банкінен алынған жарықтың түсуі мен ракурс арқылы суретке драма және қақтығыс мағынасын берген сурет.

Қордай қақтығысында не болып жатқаны жайлы видеоны жариялаған кезде сол жердегі бір скриншотты емес, одан әлдеқайда эмоционалды үрей мен реакция тудыратын суретті қою арқылы Sputnik Қазақстан қақтығыс фреймі мен дискурсын қалыптастыруға тырысқан көрінеді.



Сурет 2.1 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті

Бұл сурет фотобанктен алынғандықтан, фотожурналистің фотосурет түсіру үрдісі жоқ, бірақ, сөзсіз, журналист немесе редактордың таңдауы болған бұл суреттің таңдалуы редакцияның жалпы композициясы мен дискурсын көрсететіні сөзсіз. 9 ақпан күні қаза болғандардың саны артуы туралы жаңалықта да бір иллюстративті және бір оқиға орнынан сурет түсірілген. Бұл жердегі иллюстративті сурет Sputnik Қазақстан журналисінің түсірген фотосуреті болса да, ол да тікелей мағынада емес, метафора арқылы мағына туындатады. Фотосуретте перспективада қараңғы көше бейнеленген. Қайтыс болу, қаза табу, адам өлімі қараңғылықпен байланысты болғандықтан, бұл жердегі фотосурет те адам ойында онсыз да болуы мүмкін стереотипті қайта өндіреді.

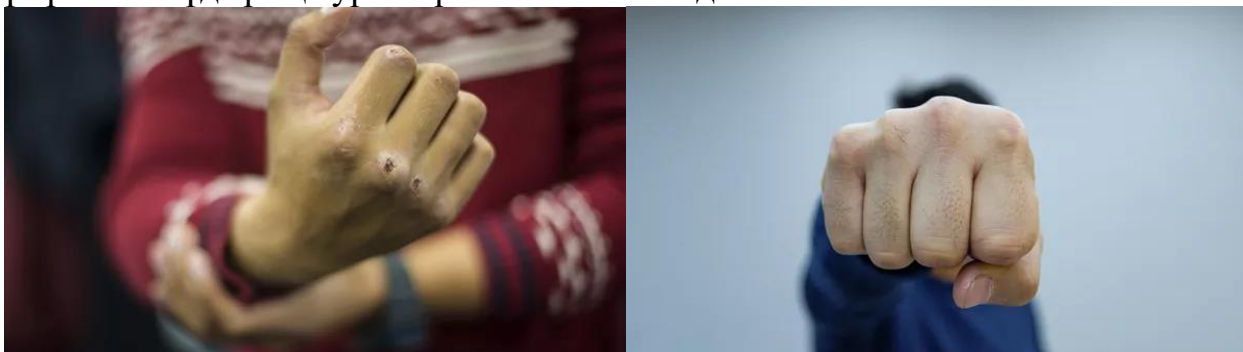
Ал Sputnik Қазақстан ақпарат құралында ғана болған қайтыс болған адамдар фреймі бұл жерде бір рет 8 ақпан күнгі жаңалықта жарияланады. Бір жағынан фреймнің болғаны жақсы боп көрінуі мүмкін, бірақ осы жаңалықтағы бұл сурет тақырып пен сипаттама арқылы аудитория ойында басқаша дискурс қалыптастыруы мүмкін. Жаңалық тақырыбы – «Дүнгендер ұйымының өкілі Қордай тұрғындарының неден қорқып отырғанын айтты». Яғни, жаңалықтан дүнген диаспорасының бірденеден қорқатынын және неден қорқатынын түсіндіру күтіліп жатыр. Ал жаңалық суреті жерде аяқтардың арасында жатқан беліне дейін жалаңаш ер адамның бейнесі (Сурет 2.2).



Сурет 2.2 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті

Бұл сурет, біріншіден, Қордай қақтығысында емес, оған дейінгі басқа жердегі оқиғада түсірілген, яғни ол жай ғана иллюстративті сурет. Екіншіден, адам аяқтарының арасында құлап жатқан адамды түсіру қақтығыс немесе конфликттерде эстетикаға сай әдемі бір сурет түсіруге талпынысқа ұқсайды. Фотожурналист оқиға барысына араласа алмаса да, арнайы астынан түсіріп, осы бейнені орташа жақын планнан алуы визуал тұрғыдан бұл суретке бір мағына үстеу болып табылады. Ал дүнгендердің қорқып отырған нәрсесі туралы тақырып қойып, оқиғада түсірілмеген осындай қақтығыс фрейміндегі фотосуретті көрнекілік ретінде қою жаңалық тақырыбы мен фотосуреттің арасында негізі мағыналас болмайтын, бірақ аудиторияда ой қалыптастыратын дискурс туындатуы мүмкін. Яғни, бұл жерде тақырып пен фотосурет бірге бүкіл жаңалық контексінен хабар бермейді, керісінше, дүнгенден қайтадан жығылып, жерде жатудан қорқады деген жаңалық мәтініне сай келмейтін мағынаны үстеуі мүмкін.

Sputnik Қазақстан сайтындағы тағы бір қызық суреттер өте жақыннан түсірілген жұдырық суреттері болып табылады.



Сурет 2.3 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреттері

Бұл екі сурет сәйкесінше қайтыс болған адамдар тізімі жариялануы мен 47 адамның ұсталғаны жайлы жаңалыққа қойылған иллюстративті суреттер.

Сурет сипаттамасына сенер болсақ, екі фотосурет те Sputnik Қазақстан фотожурналистері тарапынан түсірілген суреттер. Бұл суреттер редакцияның өзіне тиесілі болғанымен, оқиға орны мен оқиғадан зардап шеккен адамдарға еш қатысы жоқ. Оған қоса, жарақаттанған қол мен қаза болғандар тізімі жарилануы арасында қандай мағына бар екені бізге түсініксіз. Ал 47 адамның ұсталғаны жайлы жаңалыққа діл аудитория көзімен деңгейлес жұдырықты қою қақтығыс дискурсы мен үрей дискурсын тудыруы мүмкін.

Sputnik Қазақстан ақпарат құралындағы министр, әкім немесе президент суретінің ешқайсысы діл алдынан болатын ракурстан түсірілмеген. Зерттеулерге сай, әдетте авторитарлы фрейм мен дискурс туындату кезінде билік адамдарының суреті орта жақын планнан және камераға қарамаса да, алдынан түсірілген ракурстан түсіріледі. Ал бұл ақпарат құралында бүкіл билік өкілдері фотосуреттер олардың әрекет етіп, кетіп бара жатып, немесе сөйлеген кезде шетінен алынған ракурстан түсірілген. Түсіру бұрышы бөлімінде де айтылғандай, шетінен түсірілген суреттердің адаммен деңгелес байланыс орнатуға әсері азырау десек те, түсіру фокуса жағынан билік өкілдерінің мәлімдемесі немесе жасаған істері мен әрекеттері жайлы бүкіл жаңалық билік өкілінің суретімен көрнекіленген.

Sputnik Қазақстан ақпарат құралындағы тағы бір атап өтерлік дискурс 9 ақпан күні жарияланған жаңалықта туындайды. «Дүнген баласы Тоқаевқа видео жіберді – президент не деп жауап берді?» атты жаңалық фотосуреті қараңғы түнде танкілер мен жасақтың бейнеленген фотосуретімен көрнекіленген.



Сурет 2.4 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті

Бұл жаңалықта да фотосурет Sputnik фотожурналисі тарапынан түсірілген. Бірақ «дүнген баласына берілген жауап» пен әскери жасақ пен танкілер фотосуретінің беретін мағынасының арасында қандай дискурс болуы мүмкін екені күмәнді. Мағыналық тұрғыдан қарайтын болсақ, балаға берілген жауап қатаң әскери жұмыстар мен оқиғаны қолға алу үшін жасақты қолдану. Бірақ Тоқаевтың жауабы тек Twitter парақшасындағы бейбітшілікті қамтамасыз ету туралы бір сөйлем еді.

8 ақпан күні жарияланған Сапарбаевтың Қордай ақсақалдарымен кездесуі туралы жаңалықта халықтың арасында, ауруханада және қақтығыс кезінде негізгі зардап шеккен адамдардың, яғни, халықтың арасында түсірілген фотосуреттер болса да, бүкіл суреттерде фокус әкімге түседі. Фотосуреттердің дереккөзі ресми премьер-министр сайты болғандықтан, олардың билік өкілін фокусқа алуы табиғи нәрсе. Бірақ ақпарат агенттігінің өзінің суреттері болмаса да, мақаламен бірге Қордай қақтығысының шешіліп, бейбітшілік орнатылуында Сапарбаев қана әрекет етіп жүргендей мағына үстейді. Жалпы Sputnik сайтында ресми дереккөзден алынған барлық фотосуреттер билік өкілдерін фокусқа қояды.



Сурет 2.5 Sputnik Қазақстан сайтының жаңалық суреті

Sputnik Қазақстан жаңалықтарында пайда болатын тағы бір дискурс – адам қызығушылығы фреймі мен соғыс пен қақтығыстың кінәсіз құрбандары ретінде ана мен бала метафорасы. 9 ақпан күні Sputnik журналисінің өзінің түсірген фоторепортажында екі рет ана мен бала метафорасына сай сурет болады. Қызығы, екеуі де жай ғана әртүрлі ракурстан түсірілген бірдей ана мен балалар. Бұл жерде эпизодтық, яғни жекелеген адамның оқиғасына басымдық беріп, қақтығыс зардабын әйел мен балалар метафорасы арқылы қалыптастырады. Осы метафораға мағыналас сурет дәл осы репортажда үйінділердің арасында өртеніп кеткен кішкентай баланың велосипедінен де қалыптасады.

Осыған дейін де бұл зерттеу жұмысымызда технологиялық детерминизмнің фотосуреттерге визуал эстетикаға мән беруге әкелгенін айтқан болатынбыз. Осы сайтта да фотожурналистер оқиғаны барыпша деректендіру мен құжаттандыру, оқиғаның барлық аспектілерін көрсетуге тырысу мен қақтығыстың қалай болғанын келесі жылдар үшін барынша жан-жақты көрсетіге қарағанда, жеке дискурстары мен идеологиясына сай визуалды түрде эстетикаға толы, әдемі суреттерді түсіруге және ақпаратқа қосуға тырысқанын көруге болады. Жарияланған ақпарат пен фотосуреттердің авторлары әртүрлі. Демек, бұл жерде шешім журналист пен редактор тарапынан жасалған және бұл жаңалықтар фотожурналистің сәтті ұстап қалу деген қиындығы мен шектеуінен тәуелсіз болған. Жалпы алғанда Sputnik Қазақстан сайтының фотожурналистері мен журналистері конфликт фотографиясында эстетикаға

баса назар аударатыны көрінеді. Себебі көр сурет халық арасынан, көліктің шетінен, фокусты бұлыңғырланып көрсетуге бейім екені көрінеді.

Азаттық радиосы дискурсы. Азаттық радиосының фотосуреттерінде өрттен қираған үйлер, өртенген көліктер фотосуреттері көп таралған. Бұл жерде бүкіл суреттер Азаттық журналисінің өзінің суреттері, тек президент фотосуреті мен шекарадан өтіп жатқан ана мен баланың суреті сыртқы дереккөзден алынған. Азаттық радиосының бүкіл жаңалығында дискурс біртектес және бірыңғай, ол жерде әдетте орташа алыс немесе алыс планнан түсірілген Қордай қақтығысының нәтижесін көрсеті арқылы тематикалық фрейм мен дискурсты қалыптастырады. Яғни, бұл жаңалықтарда оқиғаның себептерін түсіну, салдарын көрі және оған тереңірек үңілу маңызды болып табылады.

Адам мен жасақ бейнеленген суреттер жоғары ракурстан түсірілген. Визуал коммуникация теориясында ол аудиторияға үстемдік беру болып саналғанымен, бұл жерде фотожурналистің тек жалпы картинаны көрсету үшін түсіргені көрініп тұр. Себебі жоғарыдан үстемдік дискурсын туғызу үшін фотосуреттегі субъект камераға тікелей қарауы керек. Ал бұл суреттер ешкімнің жүзін көрсетпей, артынан ғана түсірілген.



Сурет 2.6 Азаттық радиосы сайтының жаңалық суреттері

Азаттық радиосының осы қақтығыс бейнесін қалыптастырудағы ерекше тұсы ретінде оның өте жиі жалпы мен орта пландарды қолданғанын айтуға болады. Себебі осы арқылы Азаттық радиосы оқиғаны жалпы контекстін көрсетуге тырысады және оқиғаның масштабынан хабар береді. Бұны тематикалық дискурсқа жатқызуға болады, себебі бұл жерде ақпарат құралы, редакция мен журналист оқиғаның себебі мен салдарына мән беруге тырысады, оны аудиторияға жеткізу мен түсіндіруге әрекет етеді. Бұл жердегі фотосуреттердің көбін бір адам, яғни, Азаттық радиосының бір тілшісі түсірген. Яғни, Азаттық қақтығыстан хабар тарату үшін журналисін арнайы сол жерге жібереді, және таратылған визуал бейнелер мен фотосуреттердің көбі сол фото тілші тарапынан түсіріледі. Бұл фото тілші мен фотожурналистің, жалпы редакцияның сәтті деректендіріп, оқиғаны құжаттандыруға тырысқанын көрсетеді. Сайт жаңалықтарында қайталанған 2-3 фотосурет бар болса да, қалған жаңалық пен мақалаларда әртүрлі фотосурет пен бейне қолданылды, бұл да сол қақтығыс бейнесінің барынша жан-жақты қалыптастырылуға тырысқан редакцияның бір көрінісі болып табылады.

Талдау және нәтижелер

Ақпарат құралдарындағы фотография ақпарат жинау, өңдеу мен таратудың маңызды бөлігінің бірі. Бастапқы зерттеулерде визуал коммуникация мен визуал фреймдер, нарративтер қарастырылмаған болса да, қазіргі кезде визуалды, фотосуреттерді зерттеу масс коммуникация мен медиа зерттеулерінің маңызды бөлігіне айналды.

Диссертация жұмысының талдау және нәтижелер бөлімінде біз осыған дейін жасалған сандық және сапалық зерттеу нәтижелерін жалпы топтастырып, қарастыруға тырысамыз. Диссертация жұмысының нәтижесінде алынған нәтижелер мен түсініктерге сүйене отырып, бұл бөлім баспа фотосуретіне тән күкүш пен әсер динамикасын талдаудан туындайтын негізгі тақырыптар мен салдарды, ұғымдар мен түсініктерді қарастырады. Осыған дейін жасалған анализ нәтижесінде біз үш түрлі медианың қалыптастыратын фреймдері мен дискурстарын жекелеген талдап өткен болатынбыз. Ол үшін бұл зерттеуде сандық контент анализ бен сапалық дискурс анализ қолданылды. Жалпылама алып қарасақ, Қордай қақтығысының Қазақстан ақпарат құралдарындағы бейнесі көбінесе адамсыз, адам қызығушылығы дискурсын тудырмай жасалды. Оның орнына Қазақстан ақпарат құралдары оқиғаның салдарын, яғни өртенген үйлер, көліктер, дүкендер мен мекемелерді көрсетті. Сонымен қатар, қақтығыс репрезентациясында адам болса да, ол көбінесе билік өкілі, арнайы жасақ, әскери адамдар немесе полиция қызметкерлері болды.

Zakon.kz ақпарат құралы Қордай қақтығысы туралы ақпаратты аз жариялағандықтан, оның қалыптастырған фреймдері де тек екеу болды. Бұл жаңалық медиасының барлық суреттері сыртқы дереккөзден алынған, сондықтан бұл ақпарат құралының қалыптастыратын дискурсы тікелей фотожурналист пен журналист емес, ақпаратты жазған журналист пен оған фотосурет таңдаған адам тарапынан жасалады. Zakon.kz ақпарат құралы көбінесе авторитарлы және идеологиялық дискурста қалыптастырды. Себебі бұл жерде министр, президент немесе басқа билік өкілінің мәлімдемесі дарияланғанда, солардың суреттері көрнекілік ретінде пайдаланды. Ал адамдар жарияланған жалғыз сурет тек адамдардың жаппай кетіп жатқан видеосынан скриншот болып, фотосурет ретінде адамдардың негативті тұсын көрсеткендей болды.

Зерттеу барысында ең алуын түрлі және қызық фреймдер Sputnik Қазақстан медиасы тарапынан қалыптастырылды. Бұл медиа негізінен өзінің суреттерін қолданса да, көп ретте оқиғада түсірілмеген және метафоралық мағына мен байланыс орнататын суреттерді қолданған. Сонымен қатар, бұл медиада метафоралық байланыстар мен аналогиялар көбірек. Соғыс немесе қақтығыс бейнесі ретінде әйел мен балаларды көрсетіп, соғыс зардабын көрсеткен кезде балалардың элементтеріне назар аудару, қақтығыс дискурсын қалыптастырғанда драмаға толы иллюстративті суреттерді қолдану рақылы осы жаңалық медиасы өзіне тән дискурстарды қалыптастырды.

Sputnik Қазақстан қақтығыс зардабын көрсеткен кезде фотожурналист сияқты оқиға орнын көрсетуді емес, көбірек эстетикалық әдемі суреттерді

түсіруге баса назар аударғаны байқалады. Авторитарлы идеологиялық дискурс осы жерде де байқалады. Себебі ресми мәлімдемелердің бәрінде орташа жақын түсірілген билік өкілдерінің фотосуреттері бар.

Ал Азаттық радиосы ақпараттық құралы Қордай қақтығысын ең қатты дехуманизациялаған, яғни адам бейнесінен алыстатқан медиа деп айтсақ болады. Бұл жерде көп ретте тематикалық дискурс орнап, көбірек жеке оқиғаларға емес, қақтығыстар кейінгі жалпы зардаптар мен салдарға назар аударылды. Ресми билік өкілдері бұл жерде екі рет қана жарияланды, қалған суреттердің барлығында адамдар, жасақ немесе қираған өртенген үйінділер болды.

Азаттық медиасы өртенген қалада адамдарды, халықтың жүргенін, ұсталған адамдарды босатуға байланысты наразылардың да болғанын көрсеткен жалғыз медиа болды. Бұл жерде халық топ ретінде көрсетіліп, әдетте, жалпы перспектива мен көзқарасты түсінікті ету үшін үстінен түсірілді.

Ең көп репрезентацияланған объектілер мен субъектілерге келетін болсақ, Қордай қақтығысының негізгі репрезентациясы Қордай ауылының өртенген үйлері арқылы қалыптасты. Үш ақпарат құралының екеуінде үш рет ғана нақты жақыннан түсірілген адамдар қолданды. Басқа жаңдайда қақтығыс тек арнайы жасақтан, министрлердің мәлімдемелерінен және қираған үйлерден тұратын сияқты.

Фотосуреттердің көбі билік өкілдерінің фотосуреттері болғандықтан, орта мен орташа жақыннан түсірілген план мен ракурс көп болды. Өте жақын ракурс үш медианың біреуінде ғана екі рет және екеуінде де иллюстративті суреттерде қолданылды. Алыстан түсірілген фотосуреттер Азаттық радиосында көбірек болды және әдетте адамдардың жиналып тұрған топын көрсетуге ұмтылды.

Қазақстандағы ақпарат құралдарындағы фотосуретке сипаттама қосуға келетін болсақ, ақпарат құралдарына халықаралық стандарттар бойынша сипаттама қосуды қолға алу керек. Себебі сурет сипаттамасы адамға ақпаратты түсініктірек және нақтырақ етеді. Үш медианың арасында Азаттық радиосы ғана толық сипаттама қосты десек болады. Sputnik Қазақстан сурет авторының атын ғана қосса, ал Zakon.kz тіптен тек алынған дереккөзді қосты.

Қордай қақтығысының репрезентациясын талдауда зерттеу барысында жасалған статистикалық деректер мен сандық анализ пайдалы болып табылады. Статистикаға сай, біз Қордай қақтығысының Қазақстандағы ақпарат құралдарындағы бейнесі, көбіне, адамқасіреті мен қайғысынан алыс қалыптасқанын көреміз. ақпарат құралдарында Қордайқақтығысының өзінен суреттер таралғанда, бұл суреттер материалды зардапты көрсететін өртенген үйлер мен ғимараттардың, көліктер мен дүкендердің суреттері болып келеді. Әрине, Қордай қақтығыс болып жатқан кезде, яғни, жетінші ақпаннан сегізінші ақпанға қараған түні журналистердің оқиға орнына барып, ақпарат түсіруге мүмкіндігі болмады. Десек те, біз зерттеген ақпарат құралдарында одан кейін жарияланған бейнелерде көбіне адамдармен сұхбат арқылы олардың оқиғалары берілмеген. Сол арқылы бейне адамдардың материалды зардабын

көбірек көрсетеді. Бұл адамдардың бейнесі тіптен көрсетілмеді деген сөз емес, адамдардың шекарадан өтіп жатқаны және қайтып бара жатқаны, Sputnik Қазақстан сайтында ана мен балаларының көз жасы көрсетіледі. Десек те, бұл жарияланып таралған көпшілік бейненің үлкен бөлігі болып табылмайды.

Қордай қақтығысының дискурстары да әр ақпарат құралы мен жаңалық медиасында әртүрлі болып қалыптасады. Zakon.kz Қазақстан мемлекеттік бюджетінен де қаржыландырылатын болғандықтан, бұл жерде аз ғана жарияланған ақпараттың ішінде идеологиялық жіне авторитарлы дискурс басымдық алады. Яғни, бұл жерде көбіне билік өкілдерінің фотосуреттері таратылғандықтан, бұл жерде оқиға, қақтығыс, оның себебі мен салдары, адамдарға деген зияны мен зардабы емес, сол оқиғадағы мемлекеттік идеология, билік адамдарының әрекеттері маңызды еді. Жаңалықтағы ресми мәлімдемелердің контексті емес, оны кім айтқаны және кім істегені маңыздырақ еді. Адамдар туралы және адамдарды бейнелейтін жалғыз жаңалықта адамдарды басқарылмайтын тобыр немесе бұқара ретінде көрсеткен. Себебі ол жерде әлеуметтік медиа мен мессенджерлерде таралған видеодан адамдардың жаппай қашып бара жатқанын, бір-бірін итеріп, кетіп бара жатқанын көрсететін кадр қойылған.

Sputnik Қазақстан ақпарат құралында басқаларынан ерекшеленген ең үлкен нәрсе олардың визуал эстетикаға көңіл бөліп, камераның фокус жасау мен бұлыңғырлау функцияларын репортаж фотосуреттерінде қолданылғандығы болды. Бұл жерде деректі фотосуреттерге қарағанда, оқиғаға драма беретін және оқиғаны есте қалатын символикалық суреттермен әрлеуге көбірек көңіл бөлінгені де көрінеді. Sputnik Қазақстан ақпарат құралы Ресей Федерациясы иелік ететін сайт болғандықтан, олардың да идеологиялық және авторитарлы дискурсты қалыптастыруға бейім екенін байқауға болады. Олар да белгілі бір идеологиялық тұрғыдан бейне мен фотосуреттерді таңдайды және жариялайды. Сол арқыты аудиторияға өз пікірін таңқа тырысады. Бұл жерде, сонымен қатар, басқаларына қарағанда қорқыныш ұяллату мен сейілу дискурсы мен фреймі де жиі байқалады. Түндегі танкілердің суреті, екі рет жұдырық суреті, адамның теуіліп жерде жатқаны сияқты Қордай қақтығысы жаңалықтарына қосылса да, иллюстративті, яғни, дәл осы оқиғада түсірілмеген фотосуреттер болса да, осы фотосуреттердің алынуы қорқыныш фреймінің әдейі қалыптастырылғанының белгісі бола алады. Себебі бұл редакция аудиторияның болып жатқан оқиғадан толық хабардар болмауын және ойындағы бейненің шындықтан алыстауын қамтамасыз еткен болатын. Себебі ол фотосуреттер және тоғызыншы ақпан күні қақтығыс пен оқиға тынышталғаннан кейін жарияланған фото репортажға дейінгі Sputnik Қазақстан ақпарат құралының жариялаған фотосуреттері шындықтан алыс және адамды алаңға салып, уайымдататын фотосуреттер еді.

Ал Азаттық радиосы фотосуреттері көбіне жалпы перспектива мен көзқарасты көрсетеді, бірақ бұл жердегі дискурс та оқиғаны нақты жекелеген адамдардан алыстатады және тек оқиғаның салдарын көрсетеді. Яғни, бұл жерде оқиғаның себебін де көрсететін тематикалық фрейм мен дискурс жоқ

десек болады, себебі бұл жерде көбіне адамдардың шекарадан өтіп бара жатқаны сияқты оқиғаның дамуы мен шарықтау шегі мен өртенген үйлер мен объектілер арқылы көрініс табатын оқиғаның нәтижесі мен салдары көрсетілді. Сол үшін Азаттық радиосының Қордай қақтығысы кезінде таратқан фотосуреттері мен бейнелерін бейтарап әдістерге сүйеніп, жалпы перспективаны көрсетуге тырысса да, сол арқылы адам қызығушылығы фреймінен алыстағанын айтуымызға болады. Азаттық радиосы, сонымен қатар, ұсталғандарды жіберуді сұраған наразылыққа шыққан адамдарды және сол адамдардың көп екенін көрсеткен біздің зерттеуіміздегі ақпарат құралдарының ішінде жалғыз ақпарат құралы еді. Яғни, бір жағынан олар осы оқиғада адамдардың да бар екенін, олар да қиындық көріп жатқанын көрсетуге тырысты десек те болады, бұл нәрсе жекелеген адамдарды көрсетпесе де, жалпы халықты бірінші зерттеу нысанымыздағыдай негативті жағынан емес, олардың әрекеттері мен істеп жатқан нәрселері жағынан көрсетті. Бірақ бұл жерде бір байқауға болатын бір нәрсе Азаттық радиосында адамдар бейнеленген фотосуреттердің шамамен барлығы артынан, жалпы планда, яғни адамдардың бейнесі тіптен көрілмейтіндей етіп көрсетілді. Бұны этикалық журналистиканың ережесімен де қарастырып көруге болады, яғни, ақпарат құралдарындағы ғадауат тілге, пікірдер бөліміндегі бір-бірін алауыздық пен жамандыққа шақыратын комментарийлерге жол бермес үшін Азаттық радиосы фотожурналисі, журналисі мен редакторы адамдардың бейнесін және ұлты түсінікті болатындай фотосуреттерін ақпарат құралында жарияламауға байланысты стратегислық және жүйелі шешім қабылдады деп болжауға да болады. Бірақ, әрине, фотожурналистердің мотиві, ынтасы мен ниеті бөлек зерттеу мен тереңдетілген сұхбаттарға негізделген ғалымдардың нәтижесі мен талқыларын талап етеді.

Осыған дейін де кестелер мен фотосуреттерде көрсетілгендей, әр ақпарат құралының дискурсы мен фреймы және репрезентациясы әртүрлі. Оларды салыстыруды мақсат етпесек те, әр медианың және ақпарат құралының жалпы табиғаны әртүрлі және тәжірибесінің сүйенетін ұстанымдары мен қаржыландырылу көзі әр түрлі болғандықтан, осы үшін медиа біз үшін үш түрлі медианың кішігірім репрезентациясын да ұсынды десек болады. Себебі мемлекет тарапынан қаржыландырылатын медиада қалыптасқан үлгі мен тәуірібе бізге Қазақстан үкіметі мен билігінің идеологиясы мен авторитаризмін көрсетті. Ресей Федерациясы тарапынан қаржыландырылатын медиа сол мемлекетке қажет және пайдалы дискурс пен идеологияның да басқа елдің немесе мемлекеттің оқиғаларында да қалыптастырыланытын және көрсетілетінін байқатты. Ал басқа мемлекет тарапынан қаржыландырылатын, бірақ этикалық ұстанымдары ашық болған медиа сол қстанымдарына сай фреймдерді қалыптастыруға тырысқанын көрсетті десек те болады.

Зерттеу жұмысы баспасөз фотосуреттері мен жаңалық фотографиясының күшті визуалды әсер ету және аудиторияның эмоционалды реакциялары мен жауаптарын тудыру үшін әсерлі қабілеті бар екенін көрсетті. Фотосуреттердің композициясы, фреймы, түсі, түрі, жарығы, сипаттама мәтіні және тақырыбы

аудитория мен көрерменнің назарын аударуда және қызықтыруда, ақпаратты түсініктірек етіп, ақпарат туралы ойы мен бейнесін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Баспа фотосуреттерінің эмоционалды резонансы қоғамдық пікірді қалыптастыруға және белгілі бір мәселелерге қоғамның көзқарасына әсер етуге, оқиғаларды есте сақтауына ықпал етеді.

Баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдар жаңалықтарға, олардың таралуы мен оқылуына да әсер етеді. Визуал элемент журналистік нарративке тереңдік, контекст және маңыздылық қосады. Ол жаңалықтардың негізгі аспектілерін бөліп көрсетуге, оқиғалардың өзектілігін немесе маңыздылығын жеткізуге және күрделі мәселелердің визуал көрінісін қамтамасыз етуге және қалыптастыруға қабілеті бар болып есептеледі. Нақты және мақсатты т.рде жасалған фотосуреттерді таңдау, іріктеу және орналастыру арқылы баспа фотосуреттері жаңалықтар медиасы мен бұқаралық ақпарат құралдарын ішіндегі кадр құру және күн тәртібін құру процестеріне ықпал етеді.

Бұған қоса, осы зерттеу баспа фотосуреттерінің қоғамдық қабылдау мен қоғамдық пікірді қалыптастыруда шешуші және маңызды рөл атқаратынын көрсетті. Оқиғалардың, адамдардың және орындардың визуал көрінісі аудиторияның жаңалықтарды қалай түсінетініне және түсіндіретініне, қабылдайтынына және интерпритациялайтынына айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Баспа фотосуреттері бұрыннан бар нарративтерді сынау немесе күшейту, эмпатия мен қалыптастыруға әсер ету және маңызды оқиғалардың ұжымдық естеліктері мен қоғамдық символдарын қалыптастыру мүмкіндігіне ие болып табылады. Баспа фотосуретінің қоғамдық пікірді қалыптастырудағы күші оны таңдау мен пайдалануда жауапты және этикалық тәжірибелердің қажеттілігін көрсетеді.

Баспа фотосуретіне байланысты этикалық ұстанымдар мен құндылықтар оның күшінің маңызды аспектісі ретінде анықталды. Баспасөз фотосуреттерінің тұтастығы мен сенімділігін сақтау үшін нақтылық, дәлдік, объективтілік және жеке тұлғалардың жеке өмірін құрметтеу сияқты этикалық нұсқаулар мен принциптер маңызды екенін түсіну керек. Диссертация жұмысы адамдардың фотосуретке түсіруге келісімді алудың, контекстті дәл көрсетудің және шамадан тыс манипуляциядан немесе бұрмалаудан бас тартудың маңыздылығын атап өтті. Жаңалықтар медиасы, ақпарат құралдары мен мен фототілшілер мен фотожурналистер адамдарды тартатын және әсерлі суреттерді түсіру мен жауапты визуал бейнелеуді, оқиғаларды деректендіру мен фотосурет арқылы құжаттандыруды қамтамасыз ету арасындағы өте маңызды тепе-теңдікті және балансты басқаруы керек.

Фотосуреттер қоғамның мәдени және саяси бөлігінің құрушысы ретінде репрезентация жүйесінің ішінде әрекет етеді. Бұны Burgin (1982) фотосуреттің мәдениет пен коммуникация теориясы аясындағы коммуникация құралы ретінде болғанымен түсіндіреді және сол арқыты ол бұқаралық ақпарат құралдарын қызмет пен институттардың күрделі байланысы ретінде ойластырылған қоғамда орналастыратынын айтады. Фотожурналистика

маңызды жүйе ретінде экономикалық және саяси күн тәртібінде тұрған немесе өзекті болып саналған концепциялар мен оқиғаларға тәуелді болады және сол арқылы басым және доминант болған жүйелерді қайта өндіру немесе трансформациялау процесі мен үрдісіне де қатыса алады. Сонымен қатар, ақпарат құралдарындағы фотосурет, жаңалық медиасындағы визуалдар мен фотожурналистика журналистиканың жаңа әдісі ретінде қалыптасқан мәтіндік жүйелерді сынай алып, өзгерте алады. Сол арқала аудитория қабылдауын немесе дискурсты зерттеген зерттеулерде де жаңа бағыт пен жол ашылады алады.

Баспа фотосуретінің күшін мойындай отырып, зертеушілер ретінде кездесетін шектеулер мен қиындықтарды мойындау маңызды деп есептейміз. Баспа фотографтары көбінесе қиын және тұрақсыз ортада жұмыс істейді, уақыты мен ресурстары шектеулі, олар сол сәтті сақтап қалуға және оған араласпауға тәуелді болып табылады. Мұқият назар аударуды және адамдарға зиянды азайту сияқты этикалық ұстанымдар арқылы жанашырлықпен қарауды қажет ететін сезімтал немесе травматикалық оқиғаларды түсіру кезінде этикалық дилеммалар туындауы мүмкін. Сонымен қатар, зерттеу цифрлық дәуір тудырған қиындықтарды анықтады, мысалы, аудитория немесе қолданушы жасаған контенттің (*user generated content*) өсуі және жалған ақпарат немесе манипуляция ықтималдығының да бар екенін көрсеткен болатынбыз. Дамып келе жатқан медиа әле мен орта баспа фотосуреттерін этикалық пайдалануды және жауапты орналастыруды, сайттың техникалық талаптарынғана емес, этикалық ұстанымдарын да ескере отырып сақтау үшін жүйелі және әрқашан жалғасатын бағалау мен бейімделуді қажет етеді.

Диссертация жұмысы бірнеше бағыт бойынша қосымша зерттеулер мен бақылаулар мен талдау жұмыстарын жүргізу қажеттілігінің бар екенін көрсетеді. Болашақ зерттеулер баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдарды аудиторияны қабылдауы мен түсінуіне когнитивті және психологиялық әсерін тереңірек зерттей алады. Бұған қоса, баспа фотосуретіндегі өкілдік пен әр түрлілікті мен алуандылықты зерттеу маргиналды қауымдастықтар мен перспективалардың жаңалықтар медиасы мен ақпараттық құралдарында лайықты түрде ұсынылуын қамтамасыз ету үшін назар аударуды талап етеді. Цифрлық дәуірдегі этикалық мәселелер мен ойлар, сонымен қатар, зерттеуді жалғастыруды және дамып келе жатқан технологиялар мен әлеуметтік медиа платформаларында контент пен жаңалық жариялау үшін нұсқаулықтар мен ережелерді дайындауды талап етеді.

Қорытындылай келе, визуал коммуникация мен жаңалық медиасы мен ақпарат құралдарындағы фотосуреттерді зерттеу Қазақстан үшін маңызды тақырып деп айтуға болады. Әртүрлі оқиғалар немесе медианың репрезентациялайтын бейнелерін осылай талдау сол медианың жұмысын жақсартып, жүйелеуге мүмкіндік береді деп ойлаймыз.

Қорытынды

Ақпарат құралдарындағы фотосурет – ақпараттың түсінікті болуы үшін маңызды құрал. Ол адамды ақпарат оқуға тартады, оны қызықтырады, көбірек ізденуге мүмкіндік береді және ақпаратты түсініктірек етеді. Диджитал заманда ақпаратты, оның ішінде, тіпті, әлеуметтік медиаға жарияланған посттарды да визуалсыз елестету қиын. Адамдардың негізгі тәжірибесі визуалды түрде болғандықтан, олар кез келген ақпараттық фотосуреті болуын күтеді. Бұл ақпарат құралдарындағы визуал мен жаңалық медиасындағы фотосуреттердің сөзсіз күші мен басым әсері болғанын дәлелдемейді. Себебі зерттеулерге сүйенсек, фотосуреттердің адам қабылдауына күші болғанымен, ол күш адамның жеке тәжірибесіне, мәдениеті мен қоршаған ортасына байланысты анықталады. Соған қарамастан, фотосуреттердің адам ойындағы когнитивті басланыстарды қалыптастырудағы рөлі маңызды болғандықтан және технология дамуы фотосуреттердің бүкіл жерде болуын талап еткендіктен, оларды зерттеу және күші бар екенін дәлелдейтін еңбектерді жазу маңызды болып табылады.

Ақпарат фотосуреті өздігінен адамға мағына үстей алмайды. Фотосуретті түсіну үшін оның сипаттамасы мен тақырыбына мұқтаж боламыз. Сол үшін де масс коммуникацияның алғашқы зерттеулерінде фотосуретті жеке элемент ретінде қарастырмаған. Оның көр ұшты интерпритацияға ашық болғаны зерттеушілерді мәтіндік және лингвистикалық контент пен дискурс анализбен шектелуіне әкелген.

Қорытындылай келе, осы диссертация жұмысы журналистикадағы баспа фотосуреттерінің маңызды жіне әсерлі рөлін және оның визуал сторителлинг нарратив пен қоғамдық дискурсқа терең әсерін қарастырды. Теориялық негіздерді және эмпирикалық зерттеулерді қарастырып талдау арқылы біз баспа фотосуреттері мен ақпарат құралдарындағы визуалдардың жаңалықтар коммуникациясын қалай қалыптастыратыны, қоғамдық қабылдауға әсер ететіні немесе етпейтіні және әлеуметтік және саяси дискурстарды қалыптастыру мен қайта өндіруге ықпал ететіні туралы түсінік алдық. Сонымен қатар, біз фотожурналистикамен байланысты этикалық ұстанымдар мен қағидаларды да қарастырып шықтық себебі барынша бейтарап фотожурналистиканы қалыптастыру этикалық стандарттарсыз бола алмайды және цифрлық дәуірдегі жаңа үрдістер өщгерістер трансформациялар мен қиындықтарды атап өттік. Бұл талдау мен диссертация жұмысы ақпарат құралдарындағы фотосуреттер пен баспа фотосуреттерінің маңызды рөлі мен әсерін көрсетеді.

Баспа фотосуретінің күші оның эмоцияларды ояту, аудиторияны тарту күрделі жаңалықтарды қолжетімді және түсінікті ету және жаңалықтарды жақсарту қабілетінде жатыр. Визуал бейнелер оқиғаларды жеткізудің ерекше қабілетіне ие болапы табылады, көрермендердің назарын аударады және сөзбен жеткізе алмайтын нәрселер мен аспектілерді адам түсінуі үшін түсінікті етуге тырысады. Фотосуреттерді журналистік контекстте мұқият таңдау және ұсыну қоғамдық пікірді қалыптастыруда және қоғамның күн тәртібіне әсер етуде маңызды рөл атқарады. Фрейминг әдістері мен күн тәртібін белгілеу процестері қақпашы болу метафорасы арқылы баспа фотосуреті нарративтер де

калыптастыра алады, белгілі бір аспектілерді ерекше етіп көрсете алады және оқиғаларды түсіну және түсіндіру әдістері мен техникаларына әсер етеді.

Десек те, бұл күш яғни фотосуреттердің ақпарат құралдары мен жаңалықтардағы адамдарға әсер ету мен ақпаратты түсінікті ету адамның назарын аудару күші үлкен жауапкершілікті жүктейді. Фотожурналистика саласында этикалық ұстанымдар мен қағидалар да басты орын алады. Дәлдікке, объективтілікке нақытылыққа және шындыққа ұмтылу фотографтардың, редакторлардың және жаңалықтар медиасының тәжірибесін басшылыққа алуы керек. Құпиялықты сақтау адамның жеке өміріне қол сұқпау және ақпараттандырылған келісімді алу адамдардың осал және әлсіз жағдайларында яғни қақтығыстар мен қағыларда және қиын жағдайларда жеке тұлғалардың суреттерін түсіру және тарату кезінде маңызды. Цифрлы манипуляция фейк фотосуреттер және фотосуреттерді өңдеу мен фотошоптау әдістері визуалды фотосуреттер мен бейнелердің түпнұсқалығын сақтау міндеттемесін ескере отырып, ашық және нақты түрде көрсетіліп қолданылуы керек.

Цифрлық дәуірде ғаламтордан ақпарат ізлеу кезінде баспа фотосуреті жаңа қиындықтар мен мүмкіндіктерге тап болады. Әлеуметтік медиа және қолданушылар мен аудитория тарапынан өндірілетін контент жаңалықтарды тұтыну пейзажын өзгертіп, визуал ақпаратты тексеру мен түсіну процесін күрделірек етті. Толықтырылған шындық және иммерсивті журналистика технологиялары әсерлі әңгімелер үшін қызықты мүмкіндіктер ұсынады, бірақ олар сонымен бірге олардың этикалық салдарына қатысты қиындықтарды тудырады. Сонымен қатар, визуалды тексеру және фактчекинг қажеттілігі манипуляцияланған визуалдар мен терең фейктер (*deep fakes*) дәуірінде маңыздырақ бола түскен.

Баспас фотосуреттерін жауапты ақпараттанған және әсерлі пайдалануды қамтамасыз ету үшін журналистер, редакторлар фото тілшілер фотографтар және жаңалықтар медиасы этикалық стандарттарды сақтауда ерекше ден қойып қабылдауы өте маңызды. Бұдан басқа, визуалды бейнелерді көрсетуде әр түрлілік пен инклюзияны қарастыру, баспасөздегі бейнелер арқылы жалғасуы мүмкін бейтараптар мен стереотиптерді шешуге күш салу керек. Түрлі көзқарастар мен дауыстарды қамту арқылы баспасөз фотосуреті маргиналданған қауымдастықтардың мүмкіндіктерін кеңейту және әлеуметтік әділеттілікті насихаттау құралы бола алады.

Қарқынды дамып келе жатқан медиа-ландшафтта журналистикадағы баспасөз фотосуретінің салдары мен әлеуетін зерттеуді жалғастыру үшін қосымша зерттеулер қажет. Болашақ зерттеулер жаңа технологиялардың визуалды нарративтердегі әсерін тереңірек зерттеп, маргиналданған қауымдастықтардағы баспасөз фотосуреттерінің рөлін зерттеп, визуал бейнелер, жаңалықтарды тұтыну және аудиторияның қатысуы арасындағы өзара әрекетті талдауы керек. Осы зерттеудің негізіне сүйене отырып, ғалымдар мен практиктер журналистика саласындағы баспасөз фотосуреттерінің неғұрлым ақпараттандырылған, жауапты және әсерлі тәжірибесіне үлес қоса алады.

Тұтастай алғанда, баспасөз фотосуреті нарративтерді қалыптастыру, эмоцияларды ояту және қоғамдық дискурсқа әсер ету күші бар журналистиканың маңызды құрамдас бөлігі мен аспектісі болып табылады. Оны жауапты және этикалық тұрғыдан пайдалану біз өмір сүріп жатқан күрделі әлемді тереңірек түсінуге ықпал ете отырып, анағұрлым ақпараттандырылған және эмпатикалық қоғамға ықпал етеді.

Бұл диссертация жұмысында біз фотосуреттердің теориялық және концептуалды негізін қалыптастыруға тырысып, Қазақстан медиасындағы Қордай қақтығысы репрезентациясының мысалында визуал коммуникация әдістерін қолдануға тырыстық. Бұл зерттеу тікелей түрде фотосуреттің аудиторияға әсерін зерттемесе де, оның фреймдері, репрезентациясы мен туындатуы мүмкін мағыналар мен лингвистикалық-визуалды дискурстарына талдау жасады. Зерттеу нысаны ретінде алынған *Zakon.kz*, *Sputnik Қазақстан* мен Азаттық радиоларының Қордай қақтығысы кезіндегі жаңалықтарына визуал талдау жасалды. Сол арқылы біз Қордай қақтығысының бейнесі Қазақстан медиасында көбінесе өртенген үй мен машиналармен, билік өкілдері мен арнайы жасақ фотосуреттері арқылы қалыптасқанын көрдік.

Зерттеу күшті ықпал апаратигмаларына негізделіп фотосуреттің ақпарат қабылдауы мен түсінілуіне ықпалы мен әсері бар деген гипотеза мен идеяны ұсынды. Сандық және сапалық анализ жасау арқылы біз Қордай қақтығысының ақпарат құралдарында қалыптасқан бейнесін репрезентациясын және әртүрлі медиа қалыптастырған дискурстары мен фреймдерін талдауға тырыстық. Зерттеу нәтижесіне келсек жоғарыда да айтқанлай Ресей Федерациясы мен Қазақстан билігі тарапынан қаржыландырылатын екі медида билік өкілдері Қордай қақтығысының бейбіт жолмен шешілуі үшін әрекет етіп жатқан жалғыз қозғаушы күш сияқты пікір мен дискурс қалыптасады. Яғни бұл жерде қарапайым адамдар мен халық емес билік өкілдерінің әрекеттері мен шешімдері басты назарға алынады визуал бейнелер мен фотосуреттер де сол билік өкілдерінің фотосуреттері болып табылады. Осы арқыты зерттеу нысаны болған үш медианың екеуі авторитарлы және идеологиялық дискурстарды жиі қалыптастыратынын байқауға болады.

Сонымен қоса, ақпарат құралдарының адам трагедиясына да тек материалды зардап жағынан мағыз беріп көрсеткенін байқауға болады. Бұл жерде көбіне өртенген үйлер, машиналар мен ғимараттар көрсетілу арқылы адамдардың осындай ашулы әрекеттері тек сол қиындықтарға алып келетіндей көрсетіледі. Ал бұл қақтығыстың себебі болуы мүмкін болған әлеуметтік теңсіздік сияқты қоғамда бұрыннан болған және ушығып, өршіп жатқан проблемалар мен мәселелерге назар аударылмайды. Ақпарат құралдарында, көбіне, тіпті осы қақтығысқа бастау болған тұрмыстық кикілжіңнің кейіпкерлері де айтылмайды және осыуш ақпарат медиасында көрсетілмеді.

Талдау және нәтижелер бөлімінде де айтығандай, Қордай қақтығысы кезінде таралған бейнелер туралы бір ұшты шешім қабылдау қиын. Сол үшін олардың тек репрезентация жағы ғана емес, мәтін мен сипаттама жағы да қарастырылды. Біріншіден, жалпы Қазақстан ақпарат құралдарында

фотосуреттерде халықаралық стандарттар бойынша, дұрыс және түсінікті етіп сипаттама жазатын жаңалық медиалары аз. Бұл зерттеуші ретінде де, аудитория ретінде де фотосуреттің оқиғаға тікелей қатысы болып немесе болмағанын анықтауды қиындата түседі, сол үшін зерттеуде қосымша іздеу функциялары мен қызметтерін пайдалануға итермелейді. Сол үшін ақпарат құралдары нұсқаулық қалыптастырған кезде де осы аспектіні ескеруі керек. Себебі фотосуретке сипаттама қосу сайттың техникалық талабы үшін ғана емес, аудиторияның сол фотосуретті оңайырақ қабылдап, түсініп, интерпритациялауы үшін де қажет болып табылады.

Ақпарат құралдарындағы фотосуреттердің тақырып пен сипаттамамен қоса мағынасы мен контекстін қарастырғанда ақпарат құралдары мен жаңалық медиаларының өте жиі сол дискурс пен мағынаны мәтіндік және визуал түрде әртүрлі немесе бір-біріне тіптен қарама қайшы етіп қалыптастыратынын немесе қалыптастыруға тырысатынын байқауымызға болады. Әсіресе, белгілі бір идеология мен билікке тәуелді болатын медиа мен ақпарат құралы, сөзсіз, мәтіндік идеологиясын ақпарат құралдарындағы фотосуретке де қолданады. Сол арқылы тарататын идеологиясының күші мен адамға әсер ету мөлшерін арттырады десек болады.

Зерттеудің осы тұстарын ескере келе, ақпарат құралдары мен жаңалық медиаларына фотосуреттердің таңдаудың жүйелі және стратегиялық әдісі бейтарап пен сапалы журналистиканың жалпы стандарттарына негізделуі керек деген тоқтамға келе аламыз. Әр медианың фотосурет таңдауға себебі мен бір жүйесі болса да, ақпарат құралдарының бәрінде бұл үрдістің бейтарап әдіспен және журналистиканың жоғары этикалық стандарттарына негізделмегенін көруімізге болады. Соныдақтан журналистердің журналистиканың маңызды этикалық стандарттары мен ұстанымдарын және фотожурналистиканың әлемдік тәжірибесіндегі стандарттары мен қағидаларын, ережелерін ескере келе, ақпаратқа фотосурет таңдау үшін белгілі бір фотосуреттердегі жаңалық факторлары сияқты жүйелі әдісте қалыптастыруы керек деп ойлаймыз.

Жалпы алатын болсақ, бұл диссертация жұмысы бұқаралық ақпарат құралдарындағы баспа фотосуретінің рөлін зерттеу үшін сапалық және сандық талдауды қолданды. Әр түрлі жағынан қарастыру арқылы біз жаңалықтар мен қоғамдық дискурсты қалыптастырудағы баспа фотосуретінің сипаттамалары, әсері және салдары туралы өзіміз қалаған зерттеу сұрақтарына жауап алдық.

Сапалық талдау баспа фотосуретінің субъективті аспектілерін, оның ішінде оның визуал эстетикасын, оқиғаны баяндау әдістерін, эмоцияларды тудыру және аудиторияны тарту қабілетін терең түсінуге мүмкіндік берді. Ал сапалық нәтижелер баспа фотосуреттерінің Қордай қақтығысы мысалында туырған дискурсы, мағыналары мен контекстін көруге жіне түсінуге мүмкіндік береді.

Сапалық және сандық әдістердің үйлесуі және бірге болуы бұқаралық ақпарат құралдарындағы баспа фотосуреттерін жан-жақты, әр түрлі және көп қырлы зерттеуге және қарастыруға мүмкіндік берді. Сапалық талдау визуалды нарративтің субъективті аспектілері туралы терең түсінік берді, ал сандық

талдау сапалы нәтижелерді растау және дәлелдеу үшін үшін эмпирикалық дәлелдемелерді ұсынды. Бұл екі жақты көзқарас біздің болашақтағы зерттеулеріміз үшін жақсы жол ашады деп ойлаймыз.

Жалпы алғанда, осы зерттеудің нәтижелері баспа фотосуретінің жаңалықтар медиасы мен ақпарат құралдарында маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Ол жаңалықтар нарративін жақсарту, назар аудару және аудиториялардың эмоционалды жауаптарын ояту үшін күші бар әсерлі құрал ретінде қызмет етеді. Баспа фотосуреттері ұсынатын визуал эстетика, композиция және контекст болуы ақпарат құралдары мен жаңалықтар мақалаларының жалпы сенімділігіне және сол ақпаратпен қарым-қатынас жасап, оны интерпритациялауына ықпал етеді. Баспа фотосуретінің қоғамдық пікірді қалыптастыру, әлеуметтік және саяси дискурста әсер ету және күрделі мәселелерді тереңірек түсінуге ықпал ету мүмкіндігі бар.

Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдарындағы баспасөз фотосуретіне байланысты этикалық пікірлер мен ұстанымдарды мойындау және әр ақпарат құралына сол нұсқаулық пен ұстанымдарды қалыптастыру маңызды. Визуал бейнелердің нақтылығы мен дәлдігін, объективтілігін және тұтастығын қамтамасыз етуде жауапты және этикалық тәжірибелер өте маңызды. Жаңалықтар ұйымдары, журналистер, фотографтар және редакторлар ақпараттандырылған келісімді алуды, құпиялылықты сақтауды және шамадан тыс цифрлы манипуляциядан немесе бұрмалауды болдырмауды қоса алғанда, этикалық нұсқауларды ұстануы керек. Этикалық ойлар жаңалық медиасы мен бұқаралық ақпарат құралдарының сенімділігін қолдау үшін фотосуреттерді таңдау және редакциялық шешім қабылдау процесінің ажырамас бөлігі болуы керек.

Қорытындылай келе, бұл зерттеу сапалы және сандық талдаудың үйлесімі арқылы жаңалық бұқаралық ақпарат құралдарындағы баспасөз фотосуретінің рөлі туралы біз үшін маңызды түсініктер береді. Нәтижелер нарратив пен оқиғаны баяндау үшін визуалды құрал ретінде баспа фотосуретінің маңыздылығын, оның аудиторияның қатысуы мен инетрпритациясына қандай әсері болуы мүмкін екенін және оның тәжірибесін басшылыққа алатын этикалық пікірлер мен ұстанымдарды атап көрсетеді. Баспасөз фотосуретінің күшін түсіну және пайдалану арқылы бұқаралық ақпарат құралдары мен жаңалық медиасы оқиғаларды тиімді жеткізе алады, эмпатияны дамытады және ақпараттандырылған және инклюзивті, барлық топтар баланста және теңдікте көрсетіліп бейнеленетін қоғамға үлес қоса алады. Жаңалық медиасындағы баспа фотосуретін одан әрі зерттеу және үздіксіз бағалау дамып келе жатқан медиа ландшафтқа бейімделу және визуалды нарративтермен байланысты этикалық стандарттар мен жауапкершіліктерді қолдау үшін қажет.

Қорытындылай келе, баспасөз фотосуреті журналистикадағы үлкен күш пен ықпалға ие. Оның оқиғаларды жеткізу, қоғамдық пікірді қалыптастыру және әлеуметтік дискурстарға үлес қосу қабілеті бар екені сөзсіз. Дегенмен, бұл күш этикалық стандарттарды сақтау, дәлдік пен шындықты бірінші орынға қою, инклюзивтілік пен әртүрлілікті қабылдау жауапкершілігін алады. Баспа

фотографиясының маңызды ролін мойындай отырып және оның оң өзгерістер үшін әлеуетін пайдалана отырып, біз журналистикадағы визуал нарративтерді түсіну, эмпатия және әлеуметтік трансформацияның алға сүйреуші күші ретінде қызмет ететінін қамтамасыз ете аламыз. Зерттеудің практикалық бөлімін де қорытындылай келе, бұл зерттеу Қазақстандағы визуал коммуникация зерттеулерінің дамуына үлес қосып, журналистер мен редакторлардың фотосурет таңдау тәжірибесіне әсер етеді деп ойлаймыз.

Кемшіліктер мен шектеулер

Кез келген зерттеудегідей бұл зерттеудің де кемшіліктері бар. Зерттеудің бірінші шектеуі – тек журналистік веб-сайттар мен баспасөз өнімдерінің талдануы. Журналистік медиа өнімдерінің ішінде де фокусқа бірнеше медиа алынса да, бұл зерттеу әлеуметтік медиа қолданушыларының, азаматтық журналисттердің жариялаған посттарын есепке алмайды. Яғни, біз тек журналистік өнімдерді талдағандықтан, адамдардың қақтығыс жайлы ойының нақты зерттеу нәтижесіне сай келетінін айта алмаймыз. Себебі кәсіби журналистік өнімдерден басқа, адамдар өздері сияқты қарапайым қолданушылардың да ықпалына ұшырауы мүмкін.

Екіншіден, фотосурет күшін шынайы түрде анықтау эмпирикалық экспериментті талап етеді. Ал біздің зерттеуімізде мағына мен суреттік-лингвистикалық байланысты анықтау үшін тек дискурс анализ қолданылды. Сондықтан болашақта Қазақстан аудиториясына фотосуреттің қалай әсер ететінін анықтау үшін эмпирикалық бақылау экспериментін немесе фокус группаны да қолданған жөн.

Диссертация жұмысының тағы бір шектеуі тек бір кодтаушының болуы, яғни, зерттеу нәтижелерін бір-бірімен салыстырып, тексеретін тағы бір нәтижелер жиынтығының болмауы деп санасақ болады. Себебі кодтаушылар бірнеше адам болса, олардың нәтижесіне деген сенімділік пен статистикалық деректер мен кестелерді қалыптастырудағы нақтылық та артар еді.

Және зерттеудің тағы бір шектеуі зерттеу нысандарының ұстанымдары мен қағидалары жарияланған белігілі бір арнайы құжаттардың болмауында, себебі осы арқылы қалыптастырылып жатқан дискурстар олардың этика туралы түсініктеріне қайшы болып немесе болмағанын, яғни, сол арқылы мақсатты немесе мақсатсыз түрде қалыптастырылып, қалыптастырылмағанын бағалау және бағамдау қиынға соқты. олардың кімдер тарапынан қартжыланатындарын талқылау арқылы сол дискурстарды мақсатты түрде қалыптастырады деп айтсақ та бұл зерттеу редакторлармен сұхбатты фотожурналистердің мотивтерін анықтайтын бөлімнің де болуын қажет ететіні сөзсіз.

Әдебиеттер тізімі

1. Aiello, G. & Parry, K. (2019). *Visual Communication: Understanding Images in Media Culture*. London: SAGE Allan, S. (2013). *Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis*. Polity Press.
2. Azoulay, A. (2008). *The Civil Contract of Photography*. New York: Zone Books.
3. Barnhurst, K. G. (1994). *Seeing the Newspaper*. New York: St Martin's Press.
4. Barthes, R. (1981). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Hill and Wang.
5. Bekalu, M. A. (2020). Fighting misinformation or protecting the public? Media literacy in the era of fake news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(3), 510-525.
6. Becker, H. S. (1995). 'Visual Sociology, Documentary Photography, and Photojournalism: It's (Almost) All a Matter of Context', *Visual Sociology* 10(1-2): 5-14.
7. Bennett, L. (2012). *News: The Politics of Illusion* (9th ed.). Pearson.
8. Berger, J. (2013). *Understanding a photograph*. New York, NY :Aperture
9. Berger, P.L. және Luckmann, T. (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Doubleday & Company, New York.
10. Bleiker, R. (2001). Popular Culture and Violent Conflict: A Critical Assessment. *Journal of Peace Research*, 38(4), 555-575.
11. Bleiker, R., & Hutchison, E. (2008). The Visual Turn in IR: The Power of Photography in International Relations. *Millennium: Journal of International Studies*, 37(2), 445-471.
12. Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
13. Bolton, R., (eds) (1989) *The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*. Cambridge. MA: MIT Press.
14. Bowe, B. & Gosen, J. & Fahmy, S. (2019). Personal Choice or Political Provocation: Examining the Visual Framing and Stereotyping of the Burkini Debate. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
15. Butler, J. (2009). *Frames of War*. London: Verso.
16. Burgin, V. (1982). *Thinking Photography*. London: Macmillan.
17. Brady, M. (1862). *The Civil War through the Camera: Hundreds of Vivid Photographs Actually Taken in Civil War Times, Together with Elson's New History*. War Photograph and Exhibition Co.
18. Беньямин, В. (1996). Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Ишінде Здоровов, Ю. (ред.), *Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. (17-65 бб.) "Медиум" Москва*.
19. Campbell, D., & Durden, M. (2013). *Photojournalism and the News: An Exploration of Visual Storytelling*. Bloomsbury Publishing.
20. Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics*. Routledge.

21. Chouliaraki, L. (2010). "Ordinary witnessing in post-television news: Towards a new moral imagination". *Critical Discourse Studies* 7(4), 305–319
22. Cohen, E. L. (2013). Emotional responses to visual media and implications for advertisers. *Journal of Advertising Research*, 53(2), 144-158.
23. Coleman, R. (2010). Framing the pictures in our heads: Exploring the framing and agenda-setting effects of visual images. In P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis* (pp. 233-262). New York, NY: Routledge.
24. Cottle, S. (2006). *Mediatized Conflict: Understanding Media and Conflicts in the Contemporary World*. Open University Press.
25. David, S., & Millar, A. (2019). News Photography in the Digital Age: Documenting Diverse Identities and Communities. *Journalism Practice*, 13(4), 418-435.
26. Der Derian, J. (2009). *Virtuous War: Mapping the Military-Industrial Media-Entertainment Network*. New York: Routledge.
27. Dimitrova, D. V., Kaid, L. L., & Williams, A. P. (2018). Misplaced priorities: How coverage of the 2014 midterm elections ignored the world. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 343-363.
28. Dobernig, K. & Lobinger K. (2010). Covering Conflict: Differences in Visual and Verbal News Coverage of the Gaza Crisis 2009 in Four Weekly News Media, *Journal of Visual Literacy*, 29:1, 88-105
29. Domke, D., Perlmutter, D. D. & Spratt, M. (2002). 'The Primes of Our Times? An Examination of the "Power" of Visual Images', *Journalism* 3(2): 131–59.
30. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
31. Evans J., және S. Hall, ред. 1999. "Visual Culture: The Reader. Thousand Oaks: Sage.
32. Evans, H. (2012). *Pictures on a page: Photojournalism, graphics, and Picture Editing*. Bloomsbury Publishing.
33. Ергебеков М. және Темірбекова Ж. (2021) Қазақстан және COVID-19: медиа, мәдениет, саясат. «DELUXE Printery» 173-188
34. Fahmy, S. (2005). 'US Photojournalists' and Photo Editors' Attitudes and Perceptions: Visual Coverage of 9/11 and the Afghan War', *Visual Communication Quarterly* 12(3–4): 146–63.
35. Fahmy, S., Bock, M., & Wanta, W. (2014). *Visual communication theory and research: A mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
36. Fiske, S. T. & Taylor, S. (1991). *Social Cognition*, 2nd edn. New York: McGraw-Hill.
37. Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). 'The Structure of Foreign News', *Journal for Peace Research* 2(1): 64–91.
38. Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.

39. Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching*. Berkeley, CA: University of California Press.
40. Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harper & Row.
41. Good, J. (2012). The Ethical Dilemma of Conflict Photography. *Journalism Ethics at the Crossroads: Democracy and the News*, 177-198.
42. Griffin, M. (2004). Picturing America's 'War on Terrorism' in Afghanistan and Iraq. *Journalism* 5(4): 381–402.
43. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities series)*. SAGE Publications Ltd. 387
44. Hariman, R., & Lucaites, J. L. (2007). *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy*. University of Chicago Press.
45. Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News Values Revisited (Again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
46. Hoskins, A., & O'Loughlin, B. (2015). Arrested war: The third phase of mediatization. *Information, Communication & Society*, 18(11), 1320–1338.
47. Howe, P. (2002). *Shooting Under Fire: The World of the War Photographer*. New York: Artisan.
48. Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. University of Chicago Press.
49. Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. University of Chicago Press.
50. Iedema, R. (2003). "Multimodality, Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as Multi-Semiotic Practice." *Visual Communication*. pp 229–57
51. Judd, C. M. & Krosnick, J. A. (1989). 'The Structural Bases of Consistency among Political Attitudes: Effects of Political Expertise and Attitude Importance', in A. R. Pratkanis, S. J. Breckler and A. G. Greenwald (eds) *Attitude Structure and Function*, pp. 99–128. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
52. Keith S, Schwalbe, C.B. & Silcock, B.W. (2010). Comparing war images across media platforms: methodological challenges for content analysis. *Media, War & Conflict* 3(1): 87–98.
53. Knightley, P., & Pilger, J. (2003). *War, Media, and Propaganda: A Global Perspective*. Rowman & Littlefield Publishers.
54. Knightley, P. (2003) *The First Casualty: The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker from the Crimea to Iraq*. London: André Deutsch.
55. Kobre, K. (2018). *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Focal Press.
56. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press.
57. Kozol, W. (2004). Domesticating NATO's war in Kosovo/a: (in)visible bodies and the dilemma of photojournalism. *Meridians: Feminism, Race, Transnationalism* 4(2): 1–38.

58. Lewis, S. E. (2016). *Vision & Justice: A Civic Curriculum*. Aperture Foundation.
59. Lu, J., Sundar, S. S., & Liu, Y. (2019). Understanding the effects of mobile news layout on users' visual attention, credibility perception, and reading experience. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24(1), 23-40.
60. Machin, D. (2004). Building the world's visual language: the increasing global importance of image banks in corporate media. *Visual Communication* 3(3): 316–336.
61. Machin, D. and Polzer, L. (2015) *Visual Journalism*. London: Palgrave Macmillan.
62. Machin, D., & van Leeuwen, T. (2017). *The Power of Images: Visual Communication in the Digital Age*. Routledge.
63. Манович, Л. (2018) *Язык новых медиа. Последовательное рассуждение о технологиях и режимах существования медиа*. AdMarginem Press
64. Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86, 349-367.
65. McCloud, S. 1960-. (1994). *Understanding comics : the invisible art*. New York: HarperPerennial,
66. Messaris, P. & Abraham, L. (2001) 'The Role of Images in Framing News Stories', in S. Reese et al. (eds) *Framing Public Life*, pp. 215–26. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
67. Mielczarek, N. (2016). Mobile photography: The state of the art in citizen photojournalism. *Digital Journalism*, 4(3), 418-436.
68. Mielczarek, N., & Carroll, J. (2018). Trust and credibility in visual journalism. *Visual Communication Quarterly*, 25(1), 36-47.
69. Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.
70. Mitchell, W.J.T. (2002). *Landscape and power*. Chicago :University of Chicago Press
71. Mccombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Relations Review*, 3, 176-187.
72. Mortensen, M., Stuart A. & Chris, P. (2017). The Iconic Image in a Digital Age. *Editorial Mediations over the Alan Kurdi Photographs in Nordicom Review* 38(2017) Special Issue 2.
73. Morrow, L. (1993) 'In Feeding Somalia and Backing Yeltsin, America Discovers the Limits of Idealism', *Time* 142, 18 October: 36.
74. Молдабеков, Д. (2020, 9 ақпан). Масанчистилище. С чего начался конфликт в Кордайском районе? Власть. <https://vlast.kz/obsshestvo/37161-masancistilise-s-cego-nacalsa-konflikt-v-kordajskom-rajone.html>
75. Nelson, J. L., & Tandoc, E. C. (2021). Photojournalism Research in Journalism Studies: A Review and Research Agenda. *Journalism Studies*, 22(2), 256-275.
76. Newton, J. (2016). The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Collective Memories of Conflict. In *Photojournalism and Citizen*

- Journalism: Co-operation, Collaboration and Connectivity (pp. 37-51). Routledge.
77. Ojala, M. M., Pantti, M. K., & Kangas, J. (2017). Whose War, Whose Fault? Visual Framing of the Ukraine Conflict in Western European Newspapers. *International Journal of Communication*, 11, 474-498.
 78. Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75.
 79. Parry, K. (2010). A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel- Lebanon conflict. *Media, War & Conflict*, 3(1), 67–85.
 80. Parry, K. (2011). Images of liberation? Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1185–1201.
 81. Perlmutter, D. D. (1998) *Photojournalism and Foreign Policy: Icons of Outrage in International Crises*. Westport, CT: Greenwood.
 82. Perlmutter, D. D., & Dean, R. G. (2004). The Visual Framing of News: Photojournalism and the Iraq War. *Journalism Studies*, 5(4), 461-473.
 83. Perloff, R. M. (2014). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Routledge.
 84. Rodgers, S., & Thorson, E. (2000). Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising. *Journal of Advertising*, 29(2), 13-24.
 85. Ruggiero, E.T. (2000): Uses and Gratifications Theory in the 21st Century, *Mass Communication and Society*, 3(1), 3-37.
 86. Rose, G. (2012). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* (3rd ed.). SAGE Publications.
 87. Rosler, M. (1989). In, around and afterthoughts (on documentary photography). In: Bolton R (ed.) *The Contest of Meaning: Critical Histories of Photography*. Cambridge, MA: MIT Press, 303–342.
 88. Rössler, P., Bomhoff, J., Haschke, J. F., Kersten, J., & Müller, R. (2011). Selection and impact of press photography. An empirical study on the basis of photo news factors. *Communications*, 36(4), 1–20.
 89. Sontag, S. (1979). *On Photography*. Harmondsworth: Penguin.
 90. Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. Farrar, Straus and Giroux.
 91. Strömbäck, J., & Sjøvaag, H. (2013). Agenda-Setting and Framing Revisited: Exploring the Influence of Media Photography. *Journalism Studies*, 14(6), 846-862.
 92. Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341-366.
 93. Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press.
 94. Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy Jr., & A. E. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 95-106). Routledge.

95. Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453-458.
96. Walsh, L. (2018). Through the Lens Darkly: Conflict Photographers and the Ethical Dilemmas of Image Making. *Conflict and Society*, 4(1), 17-34.
97. Walck, P., & Bates, B. (2008). Visual Storytelling: A Strategy to Captivate the Public. *Communication Teacher*, 22(2), 80-85.
98. Ward, S. J. (2016). *Ethics in Photojournalism: Past, Present, and Future*. Routledge.
99. Weintraub, D. (2008). Everything You Wanted to Know, but Were Powerless to Ask In Kenney Keith (eds) *Visual Communication Research Designs*. Routledge
100. Wells, L. (2015). *Photography: A Critical Introduction*. Routledge.
101. Zelizer, B. (1998). *Remembering to Forget: Holocaust Memory through the Camera's Eye*. Chicago: University of Chicago Press.
102. Zelizer, B. (2004). Photojournalism as Witnessing: Toward a Critical Theory of Iconic Imagery. *Journalism*, 5(2), 191-214.
103. Zelizer, B. (2010). *About to Die: How News Images Move the Public*. Oxford University Press.