

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

**ДИССЕРТАЦИЯ**

орындаған:

Жубандыков Куанышбек Серикулы

Магистр дәрежесі үшін

7M03201 – «Медиа зерттеулері және журналистика»

тақырыбы:

**БАЛА ҚҰҚЫҒЫ ЖӘНЕ БАҚ — ҚАЗАҚСТАН МЕДИАСЫНДАҒЫ**  
**БАЛА ОБРАЗЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫНЫҢ ПРОБЛЕМАЛАРЫ:**  
**TENGRINEWS, AZATTYQ ПОРТАЛДАРЫ ЖӘНЕ КТК ТЕЛЕАРНАСЫНЫҢ**  
**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:

БАЛА ҚҰҚЫҒЫ ЖӘНЕ БАҚ — ҚАЗАҚСТАН МЕДИАСЫНДАҒЫ  
БАЛА ОБРАЗЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫНЫҢ ПРОБЛЕМАЛАРЫ:  
TENGRINEWS, AZATTYQ ПОРТАЛДАРЫ ЖӘНЕ КТК ТЕЛЕАРНАСЫНЫҢ  
МЫСАЛЫНДА

Білімгер: Жубандыков Қуанышбек Серикулы  
Ғылыми жетекші: Ибраева Эльмира Ерікқызы, PhD  
Норма бақылаушы: Нурумов Бахтияр

Қаскелең, 2023

## Мазмұны

Аннотация.....	iv
Кестелер тізімі.....	v
Суреттер тізімі.....	vi
Аббревиатуралар тізімі.....	vii
Кіріспе.....	1
Әдебиетке шолу.....	2
<b>1-Тарау. Методология: аралас контент анализ, визуал анализ, іріктеме.....</b>	<b>15</b>
1.1. Методологияға кіріспе.....	15
1.2. Сандық контент анализ.....	16
1.3. Сапалық контент анализ.....	22
1.4. Визуал анализ.....	28
1.5. Іріктеме.....	32
<b>2-Тарау. Негізгі бөлім. Қазақстан медиасындағы бала образы мен репрезентациясының проблемалары.....</b>	<b>34</b>
2.1. Tengrinews, Azattyq порталдары және де КТК телеарнасына сандық контент анализ және талдау.....	34
2.2. Tengrinews, Azattyq порталдарына сапалық контент анализ және де визуал талдау.....	45
2.3. КТК телеарнасына сапалық контент анализ және визуал анализ.....	64
Талдау және нәтижелер.....	71
Қорытынды.....	84
Кемшіліктер мен шектеулер.....	89
Әдебиеттер тізімі.....	90

## Аннотация

Бала жайлы ақпарат таратқанда жағымсыз көңіл күй жағымдыдан әлдеқайда көп ұсынылады. Зерттеу жұмысы масс медиа өнім дайындау барысында бала құқығы мәселесіне қаншалықты жіті назар аударылғанын және осы бір мәселенің жауапкершілігін зерделейді. Себебі бала құқығының бұзылуына тек қана құқықтық нормалардың аяқасты етілуі ғана емес, олардың жағымсыз образдарда беріліп, медиадағы бала көрінісі мен репрезентациясының таптаурындар және де стереотиптер шырмауынан шыға алмай қалғандығы да жататынын айтуға болады. Ал Қазақстан медиасында осы бір мәселе қандай деңгейде және де бала образы көрінісінің қандай проблемалары бар? Жалпы еліміздегі бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеулері үшін бала мен бала құқығы тақырыбы шикі зерттелген тақырыптардың қатарында. Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала образының көрінісі мен репрезентациясы қандай? Бала образын ұсынуда қандай құқықтық аспектілерге назар аудару қажет? Ғылыми жұмыс осы сұрақтарға жауап беріп, Қазақстан медиасы призмасынан бала көрінісі мен репрезентациясына және де оның әсеріне анализ жасау арқылы осы тақырыпта жасалған зерттеулер мен еңбектер санының артуына үлес қосады.

**Кілт сөздер:** бала, медиа, бала құқығы, бала көрінісі мен репрезентациясы, бұқаралық ақпарат құралдары мен медиа көрінісі мен репрезентация, таптаурындар, стереотиптер, этика

## Кестелер тізімі

- Кесте 2.1 Ақпарат түрін жіктеу
- Кесте 2.2 Tengrinews порталы бойынша статистика
- Кесте 2.3 Azattyq порталы бойынша статистика
- Кесте 2.4 КТК телеарнасының “Дау-дамайсыз” бағдарламасы бойынша статистика
- Кесте 3.1 Бала құқықтары жайлы Конвенцияның қысқартылған нұсқасы
- Кесте 4.1 UNICEF ұсынған Бала құқықтарын қамтитын бұқаралық ақпарат құралдарының принциптері және де нұсқаулар

## Суреттер тізімі

- Сурет 2.1 Павлодар қаласында көп қабатты үйден құлап кеткен бала туралы жаңалық
- Сурет 2.2 Желіде балшықта отырған баланың видеосы таралды
- Сурет 2.3 Қызылорда қаласының әкімі кішкентай бүлдіршіндерді Жаңа жылмен құттықтады
- Сурет 2.4 Павлодарлық полицей суға батып бара жатқан екі баланы құтқарды
- Сурет 2.5 Жас полицей казнетті тәнті етті
- Сурет 2.6 Қаңтар оқиғасы кезінде оқ тиген кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге 97 миллион теңге көмек берілді
- Сурет 2.7 Tengrinews порталынан скриншот
- Сурет 2.8 Екібастұзда жалдамалы пәтерден төрт маугли бала табылды
- Сурет 2.9 Екібастұзда табылған баланың суреті
- Сурет 2.10 Екібастұзда табылған баланың суреті
- Сурет 2.11 Azattyq порталының өз өзіне қол жұмсау жайлы көрнекі суреті
- Сурет 2.12 Azattyq порталының өз өзіне қол жұмсау жайлы көрнекі суреті
- Сурет 2.13 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.14 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.15 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.16 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.17 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.18 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.19 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.20 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот
- Сурет 2.21 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот

## Аббревиатуралар тізімі

БАҚ	Бұқаралық ақпарат құралы
UNICEF	United Nations International Children's Emergency Fund

## **Кіріспе**

### **Тақырып өзектілігі:**

Бұқаралық ақпарат құралдарының баланы қандай да бір образдарда көрсетуі не болмаса, тіпті, оларды елемеуі еліміздегі кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар құқықтық проблемаларды шешуге және де қоғамның оларды қабылдауына да елеулі ықпалын да тигізіп, әсер етпей қоймайды. Халықаралық журналист мамандар федерациясының зерттеуіне сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдары бала проблемасын көтеруде негізгі акцентті сенсациялық, шулы және де даулы материалдарға береді екен, ал Бала құқықтарының конвенциясында сөз етілген басқа да маңызды аспектілер болса назардан тыс қалады. Бала құқығының бұзылуы және аяққа тапталуы мазмұнындағы материалдар көп жағдайда эмоция тудырушы құрал ретінде ғана қолданылып жатады, яғни бұл секілді бір күндік масс медиа өнімдерде проблемаға толыққанды анализ жасалмайды. Сол себепті масс медиа өнім дайындау барысында бала құқығы мәселесіне жіті назар аударылып, жауапкершілікті толықтай сезіну қажет екені айқындалады.

### **Теориялық маңыздылығы:**

Бала образы көрінісі мен репрезентациясы проблемаларын көтеріп, соларға назар аудару маңызды. Себебі бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала көрінісі мен репрезентациясы олардың өзіне және де ересектердің оларға деген қарым-қатынасына тікелей ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Психология ғылымдарының докторы, бала және де бұқаралық ақпарат құралдары мен масс медиа тақырыбын зерттеуші Эмми Дор баланың үш тобымен жасаған зерттеуінің нәтижесінде баланың белгілі бір ақпаратты тұтыну жиілігіне қарай, осы ақпарат төңірегінде «күнделікті шынайы өмір моделі» қалыптасатынын айтады. Яғни бұл дегеніміз, бала, жасөспірім не болмаса жеткіншек бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен бала тақырыбында жағымсыз ақпарат және де «құрбан, бағынушы» образдарды жиі байқайтын болса, сол нәрсе ол үшін қалыпты дүниеге айналады. Осы арқылы медиадағы бала имиджін жақсартудың маңыздылығы айқындалады (Леонов, 2007).

### **Зерттеу жаңалығы:**

Еліміздегі бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеулері үшін бала және де бала құқығы тақырыбы шикі зерттелген тақырыптардың қатарында. Сол себепті осы бір жұмыс Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдары призмасынан бала көрінісі мен репрезентациясына және де оның әсеріне анализ жасау арқылы осы тақырыпта жасалған зерттеулер және де еңбектер санының артуына үлес қосады.

### **Зерттеу объектісі:**

Tengrinews, Azattyq порталдары және де КТК телеарнасы.

### **Зерттеудің қолданбалық маңызы:**

Зерттеу жұмысы бұқаралық ақпарат құралдарында және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінде бала образы көрінісі мен

репрезентациясы және де бала құқығы мәселелерін көтереді және де осы арқылы кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өнімдерді ұсынуда жасалатын қателіктер және де заңбұзушылықтарды шектеуге көмектесе алады.

#### **Зерттеу мақсаты:**

Бала құқығы комитеті медиада назар аударуға тиісті маңызды аспектінің бірі ретінде ғана «бұқаралық ақпарат құралдарында баланың имиджін жақсартуды» атап көрсеткен болатын. Осы зерттеу Қазақстан медиасындағы бала образы көрінісі мен репрезентациясының проблемаларын көтеріп, бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала имиджін жақсартуға атсалысады. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарына, атап айтқанда, Tengrinews, Azattyq порталдарының және де КТК телеарнасының контентіне анализ жасалатын болады. Анализ барысында осы бір ақпарат құралдары бала жайлы қандай ақпарат таратады, қандай бағыттағы ақпарат басым, жиі берілетін образдар және де таптаурындар және де стереотиптер, ақпаратты ұсыну ерекшеліктері секілді мәселелерге мән беріледі. Зерттеу барысында әдебиетке шолу барысында келтірілген авторлардың еңбектері де және де олардың методологиясы және де шектеулерін де ескеріп, Қазақстан медиасындағы ахуалмен салыстырылады.

#### **Зерттеу сұрақтары:**

- Tengrinews, Azattyq және де КТК арнасындағы бала образының көрінісі мен репрезентациясы қандай?
- Бала образын ұсынуда қандай құқықтық аспектілерге назар аудару қажет?
- Біз таңдаған ақпарат құралдары бала жайлы стереотиптер өндіре ме? Өндірсе, қандай стереотиптер?

#### **Зерттеу әдістемесі:**

Зерттеу барысында Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарына, атап айтқанда, Tengrinews, Azattyq порталдарының және де КТК телеарнасының контентіне анализ жасалады. Анализ барысында осы бір ақпарат құралдары бала жайлы қандай ақпарат таратады, қандай бағыттағы ақпарат басым, жиі берілетін образдар және де таптаурындар және де стереотиптер, ақпаратты ұсыну ерекшеліктері секілді мәселелерге мән беріледі.

#### **Зерттеуден күтілетін нәтижелер:**

Зерттеу нәтижесінде Қазақстан медиасындағы бала образы көрінісі мен репрезентациясы проблемасына объективті баға беріліп, осы бір проблеманың кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсері анықталады.

## Әдебиетке шолу

Бұл еңбек үшін басқа да зерттеушілер және де ғалымдар жұмыстарымен танысып, әлемдік тәжірибеден хабардар болу маңызды. Әдебиетке шолу бөлімінде зерттеу жұмысының негізіне айналған және де мәселеге үңілуге көмектескен еңбектерге қысқаша сипаттама беріледі, олардың арасындағы байланыс орнатылады, айырмашылықтары талданады, сонымен қатар, ғылыми әдебиеттерде көтерілген тақырыптар қарастырылады. Бұған қоса алғанда жұмыс тақырып үшін маңызды ақпараттарды анықтауға тырысады.

Дүние жүзі бойынша зерттеу еңбегінің проблемасы өзекті екенін де көрсету үшін және де осы бір мәселенің қаншалықты деңгейде екенін түсіну үшін осы тақырыпта жазылған әлемдік еңбектерге шолу жасалды. Бұл мәселеге қатысы бар ересектер және де бала пікірін келтіре отырып, тақырыпты жан-жақты зерттеу, жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарына контент анализ және де мониторинг жүргізу сияқты параметрлер бойынша жазба жұмыстары қарастырылды. Себебі ол алдағы уақытта өзіміз Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдарына жүргізетін зерттеу үшін пайдалы болып, қай тақырыптардың көтерілмегенін не болмаса аз көтерілгенін анықтауға мүмкіндік береді. Осы мақсатқа жету үшін кітапхана және де электронды кітапханаларды, ғылыми мақалалар қорын және де тағы басқа да тәсілдер арқылы әдебиеттер жинақталады.

Бірақ та іздеу барысында зерттеу жұмысы үшін тиімді тәсіл анықталды: UNICEF, Save the Children секілді бала құқығы мәселелерін көтеретін беделді ұйымдардың журналистерге арналған еңбектерімен, ғылыми мақалаларымен таныстық. Бұл еңбектер жалпы бұқаралық ақпарат құралдары бала жайлы ақпарат қалай таратуы керек, қандай проблемалар бар, қандай құқықтық және де этикалық аспектілерге назар аударылуы қажет деген секілді тақырыптарды көтерген. Осындай еңбектердің арқасында бала құқығы және де бұқаралық ақпарат құралдары жайлы зерттеу жұмыстарымен айналысатын зерттеушілермен және де олардың еңбектерімен танысып, кеңестері арқылы басқа да дерекқорларын тауып, зерттеу жұмысына арқау еттік.

Медиа көрінісі мен репрезентация белгілі бір адамдар тобын, қауымдастықтарды, идеяларды не болмаса құбылыстарды БАҚ–та бейнелеу көрсету дегенді білдіреді. Бұған тақырып таңдау, ақпаратты беру тәсілі, аудиторияның қабылдауы мен түсінігіне әсер ететін тілдік, визуал шешімдер кіреді. Медиа көрінісі мен репрезентация қоғамдық пікірді қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Кез келген бұқаралық ақпарат құралы және де масс медиа жариялаған кез келген ақпаратына жауапты. Әсіресе, бала туралы да материал әзірлегенде олардың мүддесі бірінші орында тұруы қажет етіледі. Бірақ та,

өкінішке қарай, бала бейнесін бұқаралық ақпарат құралдарында көрсетуді қарастыратын болсақ, осы орайда бірқатар проблема бар екенін де анықтауға болады. Ғалымдар өз зерттеулерінде осы проблемалардың ең қауіпті мысалдары және де олардың салдарына назар аударады. Праниа Чоудхури «Бұқаралық ақпарат құралдарының балаға қатысты әсері» мақаласында медиада балаларды көбінесе үнсіз құрбандар не болмаса сүйкімді кінәсіздер сынды стереотип образында байқауға болатынын айтады (Choudhury, 2014a). Бұл не деген сөз? Біріншіден, бұқаралық ақпарат құралдары бала стереотипті образын пікір көбейтіп, рейтинг көтеру құралы ретінде ғана пайдалана алатынын айта кеткен жөн екен. Себебі бала – кез келген адамға ыстық әрі жақын ұғым. Екіншіден, осы бір бұқаралық ақпарат құралдарының сенсацияға ұмтылуының салдары. Ал сенсацияға деген құштарлықтан бала қызығушылықтарын елемеуі мүмкін. Осы орайда бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала образының көрінісі ересектердің кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге және де балалық шаққа қарым-қатынасына да тікелей ықпалын да тигізіп, әсер ететінін де айта кету керек (Choudhury, 2014b). Яғни бұл дегеніміз, жоғарыда айтып өткеніміздей, бұқаралық ақпарат құралдары бала мүддесін алғашқы қатарға қоймаса, қоғам тарапынан оларды жеке индивид ретінде ғана қабылдау мәселесі қиындайды. Бұндай тенденцияның сақталуы бала өзі үшін де оңтайлы дүние емес. Бұл тенденция Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен де байқалатынын айта кеткен жөн екен. Бұған қоса алғанда, елімізде бала өліміне қатысы бар жаңалықтар да көптеп жазылады. Әсіресе өз өзіне қол жұмсау жайлы ақпарат таратқан кезде өте өткір проблемамен кездесеміз. Баланың қалай және де қандай әдіспен өз өзіне қол жұмсау жасағаны жайлы айту арқылы медианың провокаторға айналу қаупі бар. Ауыр күйзелісте болып, өзіне қол жұмсау жайлы ойлап жүрген бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттеріндегі өз өзіне қол жұмсау жасаудың нұсқаулығы іспеттес берілген жаңалықтарды оқып, дәл сондай әрекетке

баруы да мүмкін. Ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың суициді туралы да жазу ерекше ұқыптылық пен этиканы қажет етеді дейді, өйткені бұл өте нәзік әрі маңызды тақырып. Бұқаралық ақпарат құралдарында бала суициді туралы да жазу бойынша кәсіби ұйымдар мен сарапшылардың ұсыныстары мен озық тәжірибелерін үйренген жөн екен. Тақырыптың маңыздылығын және оның оқырмандарға, әсіресе басқа да бала мен жасөспірімдерге әсерін сезінген дұрыс. Вертер эффектісі — белгілі бір адамның не болмаса адам тобының суицидін бұқаралық ақпарат құралдарында жариялау нәтижесінде пайда болатын суицидке жаппай еліктеу құбылысы. Бұқаралық ақпарат құралдарының әсерінен адамдар өз өзіне қол жұмсау қандай да бір проблемаларды шешу үшін қолайлы шешім ретінде ғана қабылдауына әкелуі мүмкін. Сол секілді ауыр күйзелісте жүрген бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен суицидтің нұсқаулығы секілді ақпаратты оқып, өзі де сол әрекетке баруы мүмкін. Суицид «романтизацияның» әсерінен де болуы мүмкін, бұқаралық санада өз өзіне қол жұмсау романтизацияның объектісіне айналып, ол да жаппай еліктеуге әкеп соғуы мүмкін. Егер де өз өзіне қол жұмсау жайлы ақпарат тым жиі не болмаса тым ұзақ уақыт аралығында жарияланып тұратын болса, адамдар осы бір құбылысты қалыпты нәрсе ретінде ғана қабылдай бастауы да әбден мүмкін. Ал кейде бір адамның өз өзіне қол жұмсауы не болмаса қол жұмсау жайлы ойлары және де жоспарлары басқа да адамдардың да өз-өзіне қол жұмсау жайлы шешім қабылдауына әкелуі мүмкін (Stack, 2005a). Егер де мысал келтіретін болсақ, ересектер тарапынан зорлық пен зомбылық көрген не болмаса буллингке ұшыраған бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен сондай проблемасы бар басқа да бала өзіне қол жұмсағанын оқитын не болмаса көретін болса, ол да бұны оңтайлы шешім деп қабылдайтынына ешқандай кепіл жоқ. Суицид оқиғасына қатысқан отбасылар мен балалардың жеке өмірін құрметтеу қажет етіледі. Оқиғада баланың жеке басын не болмаса оқиға орнын көрсетуі мүмкін мәліметтерді беруден аулақ болыңыз. Проблеманы тереңірек түсіну үшін бала мен жасөспірімдер арасындағы суицид тақырыбына зерттеу жүргізу де маңызды. Суицид жағдайларын сипаттау кезінде бейтарап және ақпараттық терминологияны қолданған жөн екен. Ғалымдар сенсациядан және жағымсыз

эмоцияларды тудыратын не болмаса басқа даларды деструктивті әрекеттерді қайталауға итермелейтін сөздерді пайдаланудан аулақ болу керек дейді. Баланың суициді туралы да жаңалықтар мен мақалаларға дағдарыс орталықтары, кеңес беру және сенім телефондары туралы да байланыс мәліметтерін және ақпаратты қосуға да болады.

Медиа және де бала тақырыбына үңілгенде зерттеушілер мен ғалымдар агрессивті сарындағы ақпараттың әсеріне де ерекше көңіл бөледі. Көптеген автор агрессивті сарындағы масс медиа өнім балаларда да агрессияны оятады деп есептейді. Әсіресе заманауи бұқаралық ақпарат құралдарында зорлық пен зомбылықты көрсету ауқымы кеңейіп, балалар және де жастар көп уақытын бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен сондай сарындағы контент тамашалаумен өткізуі мүмкін деседі (Anderson, Berkowitz, Donnerstein, Huesmann, Johnson, Linz, & Wartella, 2003a). Зерттеушілер және де ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдарында ұсынылған агрессивті бейнелер, зорлық пен зомбылық және де қақтығыстар балаларда қорқыныш, үрей тудырады дейді. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы агрессияны қабылдау арқылы олардың эмоционалдық жағдайы бұзылады және де олар ашулы бола түседі. Бала зорлық пен зомбылықтың бейнесі бар көріністерге еліктей бастайды, сондай-ақ медиадан көрген дүниелерін қайталайды. Бұл олардың әлеуметтік бейімделуінің бұзылуына, басқа да адамдармен қарым-қатынас кезіндегі қиындықтарға және де қандай да бір жанжал туындауына әкелуі мүмкін. Медиадан үнемі агрессивті сарындағы месседждерді алу бала когнитивті дамуына теріс ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін. Олар зорлық пен зомбылықты қалыпты жағдай ретінде ғана қабылдай бастайды. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы агрессия бала әлеуметтік қарым-қатынасына да ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Медиадағы қақтығыстар, зорлық пен зомбылық және де теріс пікірлер балаларда алуан түрлі таптаурындар мен стереотиптер және де шыдамсыздықтың қалыптасуына алып келеді. Олар басқа да адамдарды сыртқы келбетіне не болмаса әлеуметтік мәртебесіне қарай бағалай бастайды. Ата-аналар баланы медиадағы қысымнан қорғау кезінде және де олардың салауатты бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа әдеттерін дамыту барысында маңызды рөл атқарады. Экран уақытын шектеп, бала тұтынатын контентті бақылау маңызды. Сондай-ақ ата-аналар кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге шындық және де фантастиканың айырмашылығын түсіндіріп, оларға зорлық пен зомбылық көріністерін талдауға және де түсінуге көмектесуі керек (Anderson, Berkowitz, Donnerstein, Huesmann, Johnson, Linz, & Wartella, 2003b).

Технология дамып, әр үйде интернет пайда болғалы бері бала алуан түрлі жанрдағы фильмдер және де сериалдарға, зорлық пен зомбылық көрінісі бар видеолар және де фотоларға тап болуы мүмкін. Компьютерлік ойындардан соғыс, шайқас секілді сюжеттерді де жиі кездестіруге болады. Сол себепті зерттеушілерді агрессивті контентті көп тұтынатын бала мәселесі ұзақ жылдардан бері толғандырып келеді. «Зорлық-зомбылық мінез құлқында медиадағы зорлық пен зомбылық рөлі» еңбегінің авторлары Л. Роуэлл Хьюзмен

және де Ларами Д. Тейлор кино не болмаса бейнебаяндардағы зорлық пен зомбылықтан бөлек, жаңалықтардағы зорлық пен зомбылықтар да көрермендерге тікелей ықпалын да тигізіп, әсер етеді деп топшылайды. Авторлар алуан түрлі зерттеулерді мысалға келтіру арқылы агрессивті сарындағы масс медиа өнімдер бала және де жасөспірімдердің мінез-құлқына ықпалын да тигізіп, әсер етіп, зорлық пен зомбылыққа жиірек баруға итермелейді деген оймен бөліседі (Huesmann & Taylor, 2006).

Алайда кейбір зерттеушілер және де ғалымдар осы бір пікірмен мүлде келіспейді. Егер де мысал келтіретін болсақ, Джонатан Фридмен өз еңбегінде теледидар секілді бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа құралдары агрессияның көзі болады дегенді жоққа шығарады. Зерттеуші теледидар бағдарламаларындағы зорлық пен зомбылыққа баратындардың түбінде жазаланатынын және де өзгелер тарапынан төтеп беруге тап болатынын айтады. Сол себепті бұндай бағдарламаларды тамашалау балаларды зорлық пен зомбылыққа бару жайлы ойларға емес, зорлық пен зомбылықтың жазаға әкеп соғатыны жайлы қорытынды шығаруға жетелейді дейді (Freedman, 1993a). Иә, байқап тұрғанымыздай, медиадағы агрессияның кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсері жайлы ұзақ талқылау бар. Кейбір зерттеулер зорлық пен зомбылық мазмұнды контенттің теріс нәтижесі болатынын айтса, медиадағы агрессия кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге міндетті түрде зиянды ықпалын да тигізіп, әсер етпейтінін көрсететін дәйектер де бар. Кез келген бала бірегей және де медиадағы агрессия оларға алуан түрлі әрекет ететін болады. Кейбір бала ондай контентке төзімдірек болуы мүмкін және де шындықты өтіріктен ажырата алады. Олардың әлеуметтік ортасы, білімі және де ата-анасының қолдауы да ықтимал жағымсыз салдарды жеңуге көмектесуде маңызды рөл атқарады. Бұған қоса алғанда, бала масс медиа сауатын дамытуға бағытталған көптеген бағдарлама және де зерттеу бар. Бұл бағдарламалар бала сыни ойлауын және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контентті талдау қабілетін дамытуға көмектеседі. Бала фантастика және де шындықты ажыратуды үйреніп, бұқаралық ақпарат құралдарындағы зорлық пен зомбылық көріністері қалыпты өмірдегі мінез-құлыққа сай болуы міндетті емес екенін де түсінгенде олардың да қабылдауы өзгеруі мүмкін. Бала үшін құндылықтар жүйесін қалыптастыруда қоршаған орта және де ата-аналармен, мұғалімдермен, құрдастарымен қарым-қатынасы да маңызды рөл атқарады. Отбасы арасындағы сенімді байланыс, шынайы әлеуметтік қарым-қатынастар және де басқа далардың қолдауы кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге медиадағы зорлық пен зомбылықтың ықтимал теріс әсерін жеңуге көмектеседі (Freedman, 1993b).

Зерттеушілердің алуан түрлі ойларымен танысып, осы бір мәселе турасында ұзақ толғануға болатынына тағы бір мәрте көз жеткіземіз. Себебі медианың және де онда ұсыналатын контенттің көрермендерге, әсіресе кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін үзілді-кесілді өлшеу қиын. Сол себепті алуан түрлі көзқарастардың болуы және де зерттеушілердің өзара пікірталасы заңды дүние

екені түсінікті. Дей тұрғанмен де пікірлердің алуандығына қарамастан, бала және де бұқаралық ақпарат құралдары мен масс медиа призмасына келгенде агрессивті сарындағы медиаөнімдердің кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсері әлі күнге дейін зерттеушілерді толғандыратын маңызды тақырыптардың қатарында екенін де айтуға болады.

Осыған дейін келтірілген жәбірленуші, құрбан образдарындағы бала көрінісі мен репрезентациясымен қатар, өзге де назар аударуды қажет ететін бала образы таптаурындар және де стереотиптерінің кездесетінін британдық Children Express ұйымының 1998 жылы жүргізген зерттеуі айқындап берді: сүйкімді балақайлар — яғни, бала бейнесін мақсатсыз, елжірету құралы ретінде ғана қолдану; қояншықтар — балаларды жағымсыз, бұзақы образдарда көрсету; ғажайып балақайлар — мінсіз бала образы; аксессуар бала — ата-анасына қосалқы дүние ретінде ғана жүретін, жай ғана қуыршақ тәрізді балақайлар; бүгінгінің баласы-ай! — ересектердің бала образын қолданып, естеліктерге бой беруі; періштелер — ешқандай жамандыққа бармайтын, пәктіктің бейнесі болу (UNICEF, 2007a). Байқап тұрғанымыздай, бала образы көрінісі мен репрезентациясының таптаурындар және де стереотиптері осыдан ондаған жылдар бұрын көтерілген өзекті тақырыптардың қатарында болған. Бірақ та уақыт өте келе осы бір проблеманың аяқ алысы айтарлықтай бәсеңдеді деп айта алмаймыз, өйткені шолу барысында аталған мәселенің соңғы жылдардағы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа және де бала тақырыбындағы еңбектерде де көптеп көтерілетінін аңғаруға болады. Әлі күнге дейін медианың қоғамдық пікір және де таптаурындар және де стереотиптердің, соның ішінде кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар пікірдің қалыптасуына ықпалы зор. Кейбір бұқаралық ақпарат құралдары өз материалында бала үнемі ересектер тарапынан қадағалауды қажет ететін тәуелділер ретінде ғана бейнелейді. Комедиялық шоулар және де жарнамаларда бала көбінесе әзіл-оспақ не болмаса күлкілі жағдайлардың көзі ретінде ғана көрсетіледі. Бұл бала еркелігі және де аңғалдығын идеализациялауға, сондай-ақ бала тек ересектердің көңіл көтеруіне арналған деген стереотиптің сақталуына әкелуі мүмкін. Бұл стереотиптің қарама-қайшы жағы да бар: фильмдер және де телешоуларда бала кейде ерекше дарынды, ақылды және де қиындықтарды жеңе алатын шектен тыс мықты адамдар ретінде ғана бейнеленеді. Бұл бала қабілеттерінің шындыққа жанаспайтын бағасы және де осы стандарттарға сәйкес келмейтін басқа да балаларда алуан түрлік комплекстер туындауы мүмкін (UNICEF, 2007b).

Жоғарыдағы таптаурындар және де стереотиптер әрқашан дұрыс бола бермейтінін және де бала өзін өзі бағалауы және де дамуына кері әсерін тигізетінін атап өткен жөн екен. Медиа таптаурындар және де стереотиптерді күшейтпей, бала және де олардың қабілеттерін жан-жақты және де шынайы көрсетуді қамтамасыз ету үшін бала бейнелерін пайдалануда саналы болуы керек (UNICEF, 2007c).

**Дей тұрғанмен де бала образын медиада көрсетуде кейбір оң өзгерістер бар. Кейбір жобалар және де**

бағдарламалар таптаурындар және де стереотиптермен күресуге бағытталған, бала алуан түрлі және де жағымды бейнелерін ұсынады. Бұған қоса алғанда, әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге өз контентін жасауға және де өзі туралы да айтуға мүмкіндік береді. Бұл – олардың қызығушылығы, таланты және де жетістіктерінің алуан түрлілігін көрсету үшін тамаша құрал. Қалай болғанда да таптаурындар және де стереотиптер және де жағымсыз образдар бұқаралық ақпарат құралдарында әлі де бар екенін де мойындау керек және де олардың кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсерін елемеуге болмайды. Бұл мәселе бала өздерін де толғандырады. Сара МакКрэм және де Лотт Хьюз есімді зерттеушілер балалармен қалай сұхбат жүргізу керектігі жайлы сөз болатын журналистерге арналған еңбекте бала образын тысқары пікірлерсіз, шынайы беру керек дейді. Бұл неліктен маңызды? «бұқаралық ақпарат құралдары баланы бейнелегенде, әдетте, тізесі шыққан әдістерді қолданады. Өздеріңіз білетіндей, біз бәріміз белгілі бір мәселелерде қандай да бір стандарттарға жүгінеміз, бірақ мәселе кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге келгенде, ересектер жиі алуан түрлі клишелерге бой береді. Үйреншікті формулалар баланы жақсы сипаттап, олардан бас тартуға болмайтындай секілді көрінеді. Оларды кей кезде қолдануға болатын шығар, алайда асыра пайдаланудан аулақ болу қажет етіледі. Себебі бұның нәтижесінде бала мүлде бұрмаланған образдары пайда болады. Ал осы бір стереотипті образдар ересектердің санасында берік орын алады. Балалардың өздері де жиі шағымданатындай, осы бір қоршаған адамдардың оларды қабылдауына да ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Бұған қоса алғанда, бала пікірінше, ата-аналар кейде баламен шынайы өмірдегі қарым-қатынасынан гөрі олардың медиада көрсетілетін нұсқаларына көбірек сенеді» (McCrum & Hughes, 1998a, 6–3).

Балалардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы стереотиптік образдарға реакциясы алуан түрлі болуы мүмкін және де көптеген факторға, соның ішінде

жасына, тұлғасына және де әлеуметтік ортасына байланысты. Бала стереотиптік образдарды шындықтың көрінісі не болмаса өзін салыстыруға тура келетін идеал ретінде ғана қабылдайды. Бұл олардың өзін өзі бағалауына ықпалын да тигізіп, әсер етеді және де егер олар осы таптаурындар және де стереотиптерге сәйкес келмесе қысылуы мүмкін. Кейбір бала медиада көрген стереотиптік бейнелерге еліктеуге тырысады, әсіресе олар оларды тартымды не болмаса сәтті деп санаса. Ал кейбірі таптаурындар және де стереотиптердің стереотип екенін де бірден аңғарып, ақ және де қарасын ажыратып, оларға сәйкес келуден бас тартуы мүмкін. Олар бұқаралық ақпарат құралдары таңып берген образдарды қолайсыз деп санап, наразылық танытып, таптаурындар және де стереотиптерге белсенді түрде қарсы тұрады (UNICEF, 2007d).

Цифрлық технологиялар заманында әрі күнделікті өзгерістерге ұшырап отыратын бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа алаңда баланың қауіпсіздікке құқығы жаңа мәселелер тудырады (Livingstone, 2016a). Егер де материал мазмұнынан бөлек, тарататын визуалды дүниелерге абай болмаса, бұқаралық ақпарат құралдарының өзі де кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар провокацияның көзі атанып, эксплуататорға айналып кетуі мүмкін (Choudhury, 2014c). Сол себепті зерттеушілер және де ғалымдар өз еңбектерінде осы мәселеге жеткілікті назар аудару керек деп санайды. Жаңалық тарататын порталдар мен веб-сайттар, әлеуметтік желілер, бейне платформалары және форумдар сияқты бұқаралық ақпарат құралдары пайдаланушылар өзінің пайдаланушыларына, соның ішінде балаларды кибербуллинг құрбаны айналдыруы мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдары өздерінің күші мен ықпалын балалар туралы да жағымсыз және қорлайтын материалдарды жариялау үшін пайдалана алады. Бұл баланың стигматизациясына және әлеуметтік оқшаулануына әкелуі мүмкін. Нәтижесінде жалған ақпаратты жарияланып, сонымен қатар, зиян тигізетін фотосуреттер немесе бейнелерді де жариялануы мүмкін. Сонымен қатар, веб-сайттар мен әлеуметтік желілердегі бақылаусыз ашық пікірлер кибербуллинг алаңына айналуы мүмкін. Балалар анонимді немесе танымайтын пайдаланушылар тарапынан қорлауды, қорқытуды, өшпенділік сөздерін және кемсітуді көруі мүмкін. Сонымен қатар, БАҚ арқылы таралатын хэштегтер мен вирустық тенденциялар киберқорқыту үшін теріс пайдаланылуы мүмкін. Балалар мұндай тенденциялармен байланысты қорлаудың және әзілдердің нысанасына айналуы мүмкін, бұл олардың өзін-өзі бағалауы мен психологиялық әл-ауқатына теріс әсер ететін болады. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары балалардың бейнелерін әртүрлі фотоөңдеу үшін пайдаланылуы мүмкін. Бұл фотошопинг, жалған профильдерді жасауды немесе баланың психологиялық және эмоционалдық дамуына ұзақ мерзімді салдары болуы мүмкін компроматтарды жариялауды қамтуы мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдарының кибербуллингке ұшырауы нәтижесінде балалар алаңдаушылық, депрессия, өзін-өзі төмен бағалау, әлеуметтік оқшаулану және тіпті өзіне зиян келтіру немесе өзіне қол жұмсау туралы да ойлар сияқты ауыр зардаптарға ұшырауы мүмкін. Сондықтан БАҚ балалар үшін қауіпсіз желілік ортаны

құрудағы жауапкершілігін сезініп, кибербуллингпен күресу шараларын қабылдап, осы мәселенің алдын алу бойынша белсенді жұмыс жасауы өте маңызды. Бірақ екінші жағынан, бұқаралық ақпарат құралдары балалардың кибербуллингімен күресу үшін проблема туралы да хабардар ету және осы құбылыстың жағымсыз салдары туралы да ақпарат беру арқылы көмектеседі. Олар мақалалар, баяндамалар мен сұхбаттарды, сондай-ақ кибербуллингті жеңуге бағытталған ұсыныстарды жариялай алады. Бұқаралық ақпарат құралдары, сонымен қатар, ата-аналар мен балаларға проблеманы түсінуге және оның алдын алу шараларын қабылдауға көмектесетін ақпараттық материалдар мен ресурстарды жасау үшін ұйымдармен және сарапшылармен серіктес бола алады. Олар оқыту бағдарламаларын жүргізе алады, кибербуллингтік науқандар мен форумдар ұйымдастыра алады және құрбандар мен олардың отбасылары арасында тәжірибе алмасу және қолдау көрсету үшін платформа ұсына алады. Дей тұрғанмен журналистің алдында сенсациялық материал жасауға құлшыныс және де заңды және де этикалық нормаларды сақтау қажеттілігі арасындағы дилемма тұруы мүмкін. Алайда ескеру қажет ең басты ереже бар — кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге зиян тигізбеу.

Бұған дейін зерттеу жұмыстарында көтерілген жалпы бала образы таптаурындар және де стереотиптеріне тоқталған болатынбыз. Осы орайда тағы бірнеше өзекті мәселе бар — гендерлік таптаурындар және де стереотиптер және де мүгедектігі бар бала көрінісі мен репрезентациясы. Зерттеушілер және де ғалымдар бала құқығын қорғаумен айналысатын ұйымдардың зерттеулерін саралай келе, гендерлік таптаурындар және де стереотиптер мәселесінің маңызды аспектілерін айқындады. Ұлдар және де қыздар бірдей дәрежеде ұсынылғанымен, олардың образдары тағы да таптаурындар және де стереотиптер құрбанына айналған. Зерттеуге сәйкес, қыз бала көбінесе зорлық пен зомбылық мәселелерін көтеретін тақырыптардан көрінсе, ұл бала спорттық материалдардың кейіпкеріне айналып отырған (Davian, 2017a). Ал мүгедектігі бар бала образына келетін болсақ, этикалық сұрақтардың бар екендігін ескеріп, ақпарат таратқанда аса сақ болу қажет. Зерттеушілер және де ғалымдар осы бір тақырыпты әлі тереңірек зерттеу қажеттігін айтады. Ғылыми әдебиеттер үшін медиадағы мүгедек бала образының көрінісі мен репрезентациясы ақтаңдақ тақырып қатарында, өйткені осыған дейін жасалған зерттеулер негізінен мүгедек ересектер көрінісін саралаған (McAndrew, Carroll & O'Malley-Keighran, 2021). Журналистер мүгедектер жайлы ақпарат таратқанда да таптаурындар және де стереотиптерге жүгінетін болып шықты. Егер де мысал келтіретін болсақ, Қытай газеттеріндегі аутизмге шалдыққан жандар көрінісі мен репрезентациясы жайлы зерттеуге сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдарында ол адамдарды дәрменсіз халде бейнелеген және де олардың өз оқиғасы жайлы пікір білдіру мүмкіндігі болмаған (Bie & Tang, 2015a). Бұл проблеманың алдын алу үшін, зерттеушілер және де ғалымдар журналистердің этикалық сауатын арттыру керек деп санайды.

Әсіресе мүгедек бала секілді осал топтар жайлы материал дайындағанда бұқаралық ақпарат құралдары өкілдері өздеріне дұрыс сұрақтарды қоя білуі қажет етіледі. «Мүмкіндігі шектеулі адамдарды сипаттау кезінде қолданатын сөздер оларға деген көзқарасты жақсы жаққа өзгертуге және де тереңірек түсінуге ықпал етеді не болмаса керісінше оларға деген теріс пікірдің және де олардың мүмкіндіктері жайлы білімсіздіктің сақталып қалуына ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Мүмкіндігі шектеулі адамдар жайлы қате ой тудыратын не болмаса оларды ренжітетін сөздерді теріс не болмаса астарлы мағынада қолдандыңыз ба? Сіз дұрыс деп танылған арнайы терминологияны қолдандыңыз ба не болмаса сіз негізінен жиі қолданылатын сөздерді, қорлау не болмаса әдепсіз болуы мүмкін таптаурындар және де стереотиптерді пайдаландыңыз ба? Егер де күмәндансаңыз, сарапшымен (сондай-ақ мүгедек баламен) ақылдасқаныңыз жөн екен. Сюжетте балаларды ауыр жағдайға душар еткен әлеуметтік әділетсіздікке назар аудару үшін көрсету және де осы бала арқасында аяушылық сезімін ояту үшін қолданыу арасында айырмашылық бар» (Barry & Jempson, 2005a, б-7).

Жалпы медиада мүгедек бала жайлы сөз қозғағанда, құрметті, қадір-қасиетті және де түсіністікті қамтамасыз ету үшін кейбір принциптер және де тәсілдерді ұстану маңызды. Кез келген бала бірегей және де оның жеке қажеттіліктерін, қабілеттерін және де жетістіктерін ескеру маңызды. Жалпылау және де алдын ала бағалудан аулақ болыңыз және де олардың бірегейлігін түсініп, тануға тырысыңыз. Мүгедек кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге тіл тигізбейтін және де оларды құрметпен қарайтын риториканы қолдану қажет етіледі. Кемсітетін не болмаса қате терминдерді қолданудан аулақ болған жөн екен. Зерттеушілер және де ғалымдар арнайы терминдерді не болмаса жалпы қабылданған бейтарап тілді пайдалануды ұсынады. Медиа мүгедек бала өмірінің алуан түрлі сәттері және де көзқарастарын қамтуға ұмтылуы қажет етіледі. Бастысы мүгедек бала өзі жайлы не айтатынына, олардың жеке тәжірибесі және де пікірлеріне назар аудару қажет етіледі. Балаларға өз дауысы және де көзқарасын білдіруге мүмкіндік берген абзал. Медиа мүгедек кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қолдау көрсету және де олар туралы да жалпы білімді арттыруда маңызды рөл атқара алады. Осы орайда таптаурындар және де стереотиптерді бұзуға және де мүгедектік жайлы түсінікті кеңейтуге көмектесетін ақпарат берген жөн екен. Контент бәріне, соның ішінде алуан түрлі мүгедек бала үшін қолжетімді болғаны дұрыс дейді ғалымдар. Ақпаратты түсіну және де қабылдауды жеңілдететін жазуларды, аудио сипаттамаларды және де басқа да құралдарды пайдалануға болады. Бұған қоса алғанда, медиада мүмкіндігі шектеулі бала жайлы сөз қозғағанда олардың жеке құқықтарын, жеке өміріне қол сұғылмаушылықты және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа жобаларға қатысу ниетін ескеру қажет екенін де есте ұстаған жөн екен (Barry & Jempson, 2005b).

Айтылғандармен келісе келе, зерттеушілер және де ғалымдар қазіргі таңда бала образын қолданудың тағы бір қауіпті тұсы деп балаларды эмоция

тудырушы құрал ретінде ғана пайдалануға назар аударады. Егер де мысал келтіретін болсақ, саяси материалдарда бала образын қолдану арқылы бұқаралық ақпарат құралдары пікірлер санын көбейтіп, оқырман және де өзі үшін тиімді эмоционалды байланыс орната алады. Людмила Клещенко заманауи Ресейдің либералды бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала образы көрінісі мен репрезентациясына баға беріп, либералды дискурста құрбан образындағы балаларды қолдану арқылы оқырмандарға эмоционалды әсерді күшейтіп, белгілі бір мәселелерге жіті назар аудартады дегенді алға тартады (Клещенко, 2019а). Жалпы Ресейді Қазақстанға көңіл күй тұрғысынан жақын аймақ деп қарастыратық болсақ, осы бір өңірде де бала көрінісі мен репрезентациясы мәселелері өткір тұрған тақырыптардың қатарында екенін де аңғаруға болады. Ұлттық зерттеу университетінің зерттеушісі Ольга Логунова өз мақаласында Ресейдің танымал телеарналарының (Первый канал, Россия-1, НТВ) ақпараттық бағдарламаларына контент анализ жасайды. Автор бағдарламаларды үш топқа бөліп қарастырады — күнделікті кешкі жаңалықтар, апталық қорытынды жаңалықтар шығарылымы және де сараптамалық бағдарламалар және де ток-шоулар. Мақалада мәселені екі топқа бөліп қарастырады — сюжеттерде баланы атап көрсету және де бала тікелей қатысуы, пікір білдіруі. Сюжеттерде балаларды атап көрсетуді қарастырғанда, бала тақырыбы телеарналарда ұсынылған ақпараттың жалпы санының тек 13 %-да көрсетілген. Бұған дейінгі мысалдарда сөз болғандай, осы бір зерттеу нәтижесінде де бала жайлы ақпараттың басым көпшілігі жағымсыз сарында болып, балалықтың жағымсыз образы қалыптасқаны анықталды. Ал бала тікелей қатысуын қарастырғанда, сюжеттердің жалпы санының бар болғаны 1,6 %-да бала өздеріне пікір білдіріп, сөйлеуге мүмкіндік берілген болып шықты (Логунова, 2014а).

Өзге елдер тәжірибесінде де осы бір мәселенің кездесетінін зерттеу жұмыстарынан байқауға болады. Егер де мысал келтіретін болсақ, Финляндияның «Helsingin Sanomat» ұлттық газетінің 1997, 2007, 2017 жылдардағы шығарылымдарына жүргізілген зерттеу нәтижесі бойынша, 30 жыл ішінде бала және де балалық шақ тақырыбындағы ақпараттардың саны артқанымен, бала өз ойларын ұсыну деңгейі қатты өзгермегені байқалған (Mustola, Sevón, & Alasuutari, 2019). Бұл статистика медиада бала өз атынан сөйлеуіне өте аз көңіл бөлінетіндігін көрсетеді. Ғалымдар осы мәселеге назар аударып, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге сөз берудің маңызды екенін де алға тартады. Неліктен?

- Бала құқығын қолдау: бала сөз бостандығы және де жеке идеяларына құқығын мойындау және де құрметтеу маңызды. Бала қоғамның толыққанды мүшесі ретінде ғана өздеріне туралы да мәселелерге қатысуға, өз ойлары және де сезімдерін еркін білдіруге құқылы. Балаларға бұқаралық ақпарат құралдарында сөйлеуге мүмкіндік бере отырып, біз олардың қоғамдық диалогқа араласуын ынталандырамыз және де азаматтық дағдыларын дамытамыз.

- Өзін өзі бағалау және де олардың сенімділігін арттыру: медиада өз атынан сөз сөйлеу кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге өз ойларын, идеяларын және де жеке тәжірибелерін жеткізуге мүмкіндік береді. Олардың дауыстары естілген және де бағаланған кезде, бала тұлға ретінде ғана өздерінің құндылығын сезе бастайды және де өздерін сенімдірек сезінеді. Бұл олардың өзін өзі бағалауының дамуына ықпал ететін болады.
- Бала пікірін білу: бала әлемге және де өз қажеттіліктеріне қатысы бар ерекше көзқарасы бар және де бала мүдделерін қорғауда олардың өздерінің пікірі маңызды. Олар білім беру, денсаулық сақтау, қоршаған орта және де басқа да маңызды тақырыптарға қатысы бар мәселелерді көтеруі мүмкін. Балаларды тыңдау арқылы біз олардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын шешімдерді қабылдай аламыз.
- Басқа бала үшін шабыт және де үлгі: Бала медиада құрдастарының әңгімелері және де пікірлерін естігенде өздерінің де ойы маңызды екенін де және де әлеуметтік диалогқа үлес қоса алатынын көреді. Бұл басқа да балаларды шабыттандырады және де олардың өздері де қоғамның белсенді қатысушылары бола алатынын сезінеді.
- Сыни тұрғыдан ойлауды және де масс медиа сауатты дамыту: медиаға араласу бала сыни ойлауы және де масс медиа сауатын дамытуға көмектеседі. Олар медиа-контент жасаушылары не болмаса тұтынушылары ретінде ғана белсенді әрекет еткенде ақпаратты талдауды, сұрақ қоюды және де ақ және де қараны ажыратуды үйренеді. Бұл дағдылар қазіргі ақпараттық қоғамда өте қажет (UNICEF, 2007e).

Өзге де зерттеушілер және де ғалымдар осы бір пікірді қолдап, телевидение, газет-журналдарда бала жайлы ақпарат таратқанда көп жағдайда бала емес, ересектердің ойы трансляцияланатынын айтады. Яғни бұл дегеніміз ересектерден бөлек, балаларды бала көзімен көрудің маңызды екенін де түсіну керектігін тағы бір мәрте айқындап береді. Сол себепті бала өзіне сөйлеуге, бұқаралық ақпарат құралдары аренасынан көрінуге мүмкіндік берген жөн екен (McCrum & Hughes, 1998b). Алайда осы орайда зерттеушілер және де ғалымдар назар аударатын аспектілердің бар екенін де еске салады. «Балалардың медиа-өндірістің барлық түрлеріне қатысуын мұқият жоспарлау маңызды, сонда барлығы не істеуге болатынын және де не істеуге болмайтынын түсінеді. Егер де сіздің компанияңыз бала қатысуын қолданғысы келсе, негізгі ережелерді анықтау үшін маманды, кеңесшіні, корреспондентті, бала баспагерін тағайындауы керек: қауіпсіз жұмыс тәжірибесі және де бақылау жүйелері; бақылауды жүзеге асыратын тұлғаларды оқыту; «жас журналистер» жұмысына ресми кірісу және де редакциялық бақылау бойынша нұсқаулықтар» (Barry & Jempson, 2005c, б-26).

Қорытындылай келе, зерттеу жұмыстары бала құқығы және де медиадағы бала көрінісі мен репрезентациясына байланысты маңызды мәселелерді көтерді деп айтуға болады. Еңбектерде бала образын ұсынудағы таптаурындар және де стереотиптер тақырыбы жақсы ашылған. Яғни бұл дегеніміз, бала тақырыбын

ұсынуда қолданылатын ең танымал стандартты образдарын ұсынып, олар жайлы мысалдармен және де жеке тәжірибелерімен ұштастырып жазған. Кейбір зерттеушілер және де ғалымдар өз еңбектерін жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарына контент анализ жасау арқылы толықтырып, танымал таптаурындар және де стереотиптердің алуан түрлі өңірлерде қалай көрініс табатынына баға берген. Бұған қоса алғанда, құқықтық нормалар тақырыбы да жиі көтеріледі. Оларды бұзу арқылы кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қандай зиян тиеді, қандай салдарға әкеп соғады — осының бәрі толық қамтылған. Медиадағы бала образының этикалық астары да көп назар аударылған сұрақтар қатарында.

Зерттеушілердің біразы бала тақырыбын жазбас бұрын, этикалық масс медиа сауатты көтеру қажет деген пікірмен келіседі. Бұған қоса алғанда, бала көрінісі мен репрезентациясы проблемалары ересектер тарапынан бала және де балалық шақ образдарын қабылдауда бұрмаланған бейнелерді тудыратыны жиі жазылады. Ересектердің осы бір мәселедегі орны және де балалалардың өз ойлары да келтіріледі. Көп жағдайда бала медиадағы бала көрінісі мен репрезентациясы проблемалары оларды қоғам тарапынан қабылдауда объективтіліктен айырады деп есептейді. Бұған қоса алғанда зерттеушілер және де ғалымдар жағымсыз сарындағы ақпараттың бала образын қабылдауда қайшылықтардың тудыратынын алға тартып, жағымды көрінісі мен репрезентацияға ұмтылу керек деп есептейді. Кей авторлар агрессивті медиаөнімдердің кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсері жайлы да ой толғайды. Бұл сұрақ зерттеушілер және де ғалымдар арасында пікірталас көзіне айналып отыр.

Алайда көптеген әдебиетте аз назар аударылған тақырыптар бар екенін де аңғаруға болады. Егер де мысал келтіретін болсақ, танысқан зерттеу жұмыстарында гендерлік таптаурындар және де стереотиптер мәселесіне жеткілікті деңгейде назар аударылмағанын байқалады. Көп жағдайда зерттеу еңбектері бала жайлы жалпы, қыздар және де ұлдарға да ортақ картинаны ұсынады. Әрине, кейбір еңбектерде бала көрінісі мен репрезентациясындағы гендерлік таптаурындар және де стереотиптер мәселесі көтеріледі, алайда олар толықтай ашылды деп айта алмаймын. Алдағы уақытта осы бір мәселенің қандай әсері және де потенциалды проблемалары бар екеніне назар аударылса, осы бір жақсы толықтыру болар еді.

Мүмкіндігі шектеулі бала көрінісі мен репрезентациясы да аз зерттелген тақырыптардың қатарында. Зерттеушілердің өздері жазғандай, мүгедектердің медиадағы көрінісі мен репрезентациясы мәселесіне келгенде бұған дейін акцент ересектерде болған. Сол себепті осы бір тақырыпты мүмкіндігі шектеулі бала призмасынан да ашу маңызды деп ойлаймыз.

## **1-Тарау. Методология: аралас контент анализ, визуал анализ, іріктеме**

### **1.1. Методологияға кіріспе**

Ғылыми жұмыстың зерттеу сұрағына жауап беру үшін сандық контент анализ, сапалық контент анализ және де визуал анализді таңдадық. Әдебиетке шолуда белгілі болғандай, медиадағы бала образы қандай формада көрініс табатынын өлшеу үшін белгілі бір уақыт аралағында бала жайлы қанша жаңалық, мақала, сюжет шығатынын анықтап алу қажет етіледі. Осы орайда бізге сандық контент анализ тәсілі көмектеседі. Зерттеу объектісі ретінде ғана алған Tengrinews, Azattyq порталдары және де КТК телеарнасының контентіне шолу жасап, сандық зерттеу тұрғысынан бала тақырыбының көтерілу деңгейін анықтап, баға беретін боламыз. Бұған қоса алғанда, ғалымдардың зерттеуіне сәйкес оларды санаттарға жіктеп, әр санат бойынша пайыздық көрсеткішін анықтаймыз. Осының арқасында бала көрінісі мен репрезентациясының көбінесе қандай көңіл күйде берілетіні айқын болады.

Сандық контент анализ тәсілі арқылы зерттеу объектілерінің контентін шолып өтіп, жіктеп, іріктеме жасағаннан кейін олардың мазмұнын сапалық тұрғыдан сараптау қажет. Осы тұста бізге сапалық зерттеу әдісі көмектеседі. Бала тақырыбында жазылған жаңалықтар және де мақалаларды сапалық тұрғыдан зерттеу арқылы олардың кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қандай образдарды таңатынын, қандай стереотиптерге бой ұратынын белгілейміз. Бұған қоса алғанда, жасырын месседждер және де манипуляцияны да анықтауға тырысамыз.

Біздің зерттеу объектісінің қатарында КТК телеарнасы да болғандықтан, біз бейнесюжеттерді де сараптаймыз. Осы орайда бізге визуал анализ тәсілі көмектеседі. Бейнесюжеттер бала образын қалай қолданады, қандай визуал кодтарды бізге көрсетіп тұр, қандай месседждерді жетгізгісі келеді деген сұрақтарға визуал анализ көмегімен жауап береміз.

Осы бөлімде үш зерттеу тәсілінің теориясымен танысамыз және де зерттеу жұмысы үшін қалай іріктеме жасалғанын да түсіндіріп өтеміз.

## 1.2. Сандық контент анализ

Сандық контент анализ — мәтіндерді және де медиаконтенттің басқа да түрлерін жүйелі талдауға негізделген зерттеу әдісі. Ол жаңалықтар, мақалалар, жарнамалар, хабарлар, әлеуметтік желілердегі жазбалар және де тағы да басқа да мәтіндердегі мазмұнын анықтау үшін қолданылады. Бұған қоса алғанда, коммуникацияның мазмұнын зерттеудегі негізгі әдістердің бірі саналады (Семёнова, 2010а).

Ал В. Фрю келесі анықтаманы ұсынады: сандық контент анализ — осы бір мәтіннен тыс шындыққа қатысы бар негізде қорытындылар алу мақсатын көздейтін мәтіндердің мазмұны және де формалды белгілерін жүйелеу және де субъект аралық қайта сипаттаудың эмпирикалық әдісі (Горобий, 2012а).

В. Фрю контент анализдің келесі кезеңдерін (Горобий, 2012b) бөліп көрсетеді:

1) мақсатқа жету және де зерттеу мәселесін шешу тұрғысынан зерттеушіні қызықтыратын семантикалық өрістерді таңдау;

2) жіктеу — семантикалық өрістерді теориялық саралау және де құрылымдау, оларда болжанатын семантикалық категорияларды (және де ішкі категорияларды) бөлу және де оларды топтастыру;

3) жеделдету (сынақ кодтау) — санаттардың алдын ала жіктелуінің мәтіннің нақты мазмұнына сәйкестігін тексеру, жіктеуге түзетулер енгізу;

4) кодтау — кез келген санат және де ішкі санатқа сандық не болмаса алфавиттік код беріледі, яғни барлық санат номиналды шкала бойынша орналастырылады. Нәтижесінде кодтау нұсқауы (классификатор) құрастырылады;

5) мәтінді сандық анықтау — кез келген санатты өлшеу және де өлшемдерді кестелерге тіркеу. Сандық анықтаудың ең кең тараған түрі — кез келген категорияның пайда болу жиілігін есептеу (жиілік талдау), яғни барлық категория қатынастар шкаласына орналастырылады (Горобий, 2012с).

Сандық контент анализ мақсаты — белгілі бір критерийлер негізінде мәтін мазмұнын сипаттау және де сандық бағалау. Сандық контент анализ мәтін мазмұнының көптеген алуан түрлі аспектісін зерттеу үшін пайдаланылуы мүмкін, мысалы, субъективтілік, эмоционалдық мазмұн, қолданылатын терминдер және де тағы да басқа да Әсіресе онлайн медиадағы мәтін мазмұнын зерделеуде сандық контент анализ өзінің тиімділігін дәлелдеген (Sjøvaag & Stavelin, 2012a). Ал осы бір біздің ғылыми еңбегіміздің зерттеу объектісі саналатын Tengrinews және де Azattyq онлайн медиасын зерттеу үшін маңызды екені анық.

Сандық контент анализ жүргізу үшін зерттеушілер және де ғалымдар мәтінді талдау үшін қолданылатын санаттарды анықтаудан бастайды. Бұл санаттар нақты тақырыптарға, ұсынылатын көңіл күйлерге, тұжырымдамаларға, стильдерге не болмаса зерттеушілер және де ғалымдар зерттегісі келетін басқа да факторларға қатысы бар болуы мүмкін. Ал осы бір өз кезегінде сандық контент анализдің мықты құрал екенін де тағы бір мәрте

дәлелдейді (Mehl, 2006a). Содан кейін зерттеушілер және де ғалымдар мәтіннің кез келген элементін кодтау үшін санаттардың қалай қолданылатынын анықтайтын кодтау тәсілін әзірлейді. Егер де мысал келтіретін болсақ, кодтау схемасы белгілі бір тақырыпқа қатысы бар барлық сөздің сәйкес санаттары ретінде ғана белгіленетінін көрсетуі мүмкін.

Кодтау тәсілін әзірлегеннен кейін зерттеушілер және де ғалымдар мәтіндерді кодтауға кіріседі. Мұны қолмен, арнайы бағдарламалық жасақтамамен не болмаса мәтінді тани және де жіктей алатын автоматтандырылған құралдармен жасауға болады. Кодтау аяқталғаннан кейін зерттеушілер және де ғалымдар мәтін мазмұнындағы тенденцияларды, ұқсастықтарды және де айырмашылықтарды анықтау үшін деректерге статистикалық талдау жүргізеді. Бұл талдау белгілі бір тақырыпта бұқаралық ақпарат құралдары өзін қалай ұстайтыны, белгілі бір терминдерді қалай қолданатыны не болмаса алуан түрлі аймақтардың белгілі бір өнімді қалай қабылдайтыны сияқты қорытындылар жасау үшін пайдаланылуы мүмкін.

Сандық контент анализ әдісінің негізгі артықшылықтарының бірі — оның мәтін мазмұнын сандық бағалау мүмкіндігі, осы бір ғалымдар және де зерттеушілерге мәтіннің объективті сипаттамаларын бағалауға жәрдемдеседі, мысалы, белгілі бір сөздердің не болмаса категориялардың жиілігі. Бұл алуан түрлі мәтіндерді салыстыруға мүмкіндік береді және де жаңалық жарияланған уақыт аралығындағы мазмұндар тенденцияларын анықтауға да көмектеседі. Сандық контент анализ, сонымен қатар, ғалымдар және де зерттеушілерге басқа да зерттеулер негізінде тұжырымдалған гипотезаларды тексеруге және де мәтін мазмұнындағы жаңа үлгілерді анықтауға мүмкіндік береді. Өзінің қарапайымдығының арқасында қажетті нәтижелерге оңай жетуге көмектеседі (Mehl, 2006b).

Дей тұрғанмен де, сандық контент анализ әдісі мінсіз емес. Негізгі кемшіліктердің бірі — оның мәтінді сапалық бағалаудағы шектелуі. Бұған қоса алғанда, кодтау ұзақ уақытты қажет ететін процесс болуы мүмкін, әсіресе деректердің үлкен көлемі үлкен болған жағдайда. Сол себепті зерттеушілер және де ғалымдар көп жағдайда сандық контент анализді дәстүрлі, сапалық сипаттамамен және де зерттелетін мәтіндердің басқа да аспектілерімен біріктірген жөн екен деп есептейді (Семёнова, 2010b). Осының арқасында бір тәсілді модификациялай аламыз, ал осы бір жаңа тәсілдерді ойлап тапқаннан тиімдірек (Dixon-Woods, Agarwal, Jones, Young, & Sutton, 2005).

Дей тұрғанмен де, сандық контент анализге бағытталған бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеушілердің негізгі сындарының бірі — оның бұқаралық ақпарат құралдары материалдарының контексті және де мағынасын ескеру мүмкіндігінің шектеулігі. Сандық контент анализ атап өту саны не болмаса тақырыптардың таралуы сияқты сандық аспектілерге назар аударады, бірақ авторлардың ниеті, хабар тоны, семантика және де контекстік нюанстар сияқты сапалық аспектілерді өткізіп жіберуі мүмкін. Медиа зерттеушілер және де ғалымдар осы бір аспектілер бұқаралық ақпарат құралдары материалдарын және де олардың аудиторияға әсерін түсінуде

маңызды рөл атқарады дейді. Бұған қоса алғанда, Riffe, Lacy, Fico & Watson (2019a) айтпақшы сандық контент анализ объективтілігі және де терең талдаудың жоқтығы үшін сынға ұшырап жатады. Сандық контент анализ мазмұны күрделі бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контентті сандар және де статистикаға дейін қысқартуға бейім, осы бір сапалық нюанстар және де пікір алуан түрлілігін жоғалтуға әкелуі мүмкін. Медиа зерттеушілері, әсіресе сапалық зерттеуге бағытталғандар, бұқаралық ақпарат құралдарынды зерттегенде бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа талдаудың тереңірек және де түсіндірмелі тәсілін қалайды.

Кейбір зерттеушілер және де ғалымдар санаттарға жіктеу және де кодтау сұлбасын жасаудағы субъективтілікке байланысты сандық контент анализ нәтижелерінің ықтимал ауытқуы жайлы алаңдайды. Сандық контент анализді пайдалану кезінде зерттеушілер және де ғалымдар мазмұнның қай аспектілерін талдайтынын және де олар қалай өлшенетінін шешіп алуы қажет етіледі. Бұған қоса алғанда, сандық контент анализ нәтижелерін қате түсіндіру қаупі бар. Зерттеушілер, оның ішінде журналист мамандар де сандық деректерден қорытынды жасағанда қателесуі мүмкін. Сандық контент анализ сандық көрсеткіштерді береді, бірақ әрқашан себеп-салдарлық байланыстарды не болмаса мазмұнның негізінде жатқан механизмдерді түсіндіре бермейді. Бұл нәтижелерді қорытындыдау кезінде сақтықты талап ететін болады. Сайып келгенде, зерттеушілердің сандық контент анализ жайлы пікірлері олардың әдістемелік қалауларына, мақсаттарына және де зерттеу контекстіне байланысты алуан түрлі болуы мүмкін. Жоғарыда келтірілген сынға қарамастан, сандық контент анализ журналистика және де медианы зерттеудегі танымал құрал болып қала бермек. Көптеген зерттеуші осы бір тәсілді бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа хабарларындағы үрдістерді зерттеу, көңіл күйді талдау және де ақпаратты саралау үшін пайдаланады. Сандық контент анализ әсіресе үлкен көлемдегі деректерді өңдеу және де талдау қажет болатын ауқымды зерттеулерде пайдалы екенін де тағы бір мәрте айқындалады (Riffe, Lacy, Fico & Watson, 2019b).

Әсіресе зерттеушілер және де ғалымдар сандық контент анализді басқа да зерттеу әдістеріне пайдалы қосымша ретінде ғана қарастыруы мүмкін. Олар сандық деректерді алу және де медиа-контенттегі жалпы тенденцияларды анықтау үшін осы бір тәсілді пайдалана алады, содан кейін мазмұнды және де оның әсерін тереңірек түсіну үшін оны сапалық талдаумен, сұхбаттармен және де басқа да әдістермен біріктіреді. Зерттеушілер және де ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұндағы белгілі бір тақырыптардың, көзқарастардың не болмаса белгілердің таралуын зерттеу үшін де сандық контент анализді пайдалана алады. Бұл оларға басым үрдістер және де месседжерді анықтауға, сондай-ақ уақыт өте келе бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа ландшафтындағы өзгерістерді бақылауға көмектеседі (Sjøvaag & Stavelin , 2012b). Егер де мысал келтіретін болсақ, біздің зерттеуіміз үшін бір жыл арасындағы порталдарда жарияланған жаңалықтар арасындағы тенденцияны саралау үшін осы тәсіл көмектесетін болады.

Сандық контент анализ ғалымдар және де зерттеушілерге бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұндағы ықтимал кемшіліктер және де қиғаштықтарды анықтауға да көмектеседі. Олар белгілі бір тақырыптарға қатысы бар біржақтылықты, белгілі бір топтардың ойын зерттеу үшін осы әдісті пайдалана алады және де осылайша бұқаралық ақпарат құралдары өкілдері және де таптаурындар және де стереотиптер арасындағы байланысты аша алады. Қазір біз сандық технологилар дамыған заманда өміп сүріп жатырмыз. Цифрлық бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа ғасырында бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеушілері әлеуметтік бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа платформаларын талдау үшін де сандық контент анализ тәсілін пайдалана алады. Олар белгілі бір хэштегтердің, тақырыптардың не болмаса пікірлердің танымалдылығын саралап, сондай-ақ олардың белгілі бір оқиғаларға не болмаса мазмұнға реакциясын түсіну үшін пайдаланушылардың өзара әрекеттесуін және де кері байланысын талдай алады (Sjøvaag & Stavelin , 2012с). Осы орайда Riffe, Lacy, Fico & Watson (2019с) келтірілген артықшылықтарды ескере отырып, жаңалықтар және де бұқаралық ақпарат құралдары хабарларының сандық мазмұнын талдауын дұрыс орындау үшін келесі қадамдарды белгілеу қажет екенін де айтады:

- Зерттеу сұрақтарын анықтаңыз: сандық контент анализ көмегімен зерттегіңіз келетін сұрақтарды нақты көрсетіңіз. Егер де мысал келтіретін болсақ, сізді белгілі бір тақырыптардың таралуы, хабарлардағы көңіл күй, алуан түрлі топтардың қатысуы не болмаса мазмұнның басқа да аспектілері қызықтыруы мүмкін.
- Кодтау сұлбасын жасаңыз: мазмұнның алуан түрлі аспектілерін өлшеуге және де жіктеуге мүмкіндік беретін кодтау жүйесін жасаңыз. Бұл тақырыптарды, таңбаларды, кілт сөздерді, стильді және де басқа да сәйкес сипаттамаларды жазу үшін санаттар не болмаса айнымалы мәндерді жасауды қамтуы мүмкін.
- Егер де сізде зерттеушілер және де ғалымдар тобы болса, олардың кодтау сұлбасын түсінуде дайындықтан өткеніне және де дәйектілігіне көз жеткізіңіз. Оларды алдын ала белгіленген критерийлерге сәйкес контентті талдауға және де жіктеуге үйрету қажет етіледі.
- Деректерді жинау: талдауға негіз болатын деректерді жинауды бастаңыз. Бұл жаңалықтар және де мақалалар мұрағаты, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа хабарларының бейне не болмаса аудио жазбалары болуы мүмкін. Жинайтын деректер көлеміне назар аударыңыз және де оның зерттеу аймағыңызға сай келетініне көз жеткізу қажет етіледі.
- Контентті кодтау: жиналған деректердегі кез келген контент элементіне кодтау сұлбасын қолданыңыз.
- Деректерді талдау: деректерді кодтағаннан кейін талдауға көшуге болады. Контенттің алуан түрлі аспектілері арасындағы байланысын, жиілігін және де айырмашылығын зерттеу үшін статистикалық әдістерді

қолданыңыз. Бұл пайыздардың, орташа мәндердің, статистикалық қатынастардың және де басқа да көрсеткіштердің есептеулерін қамтуы мүмкін.

- Қорытынды жасау және де нәтиже: деректерді талдау негізінде зерттеу сұрақтарыңыз бойынша қорытынды жасаңыз. Жаңалықтардағы не болмаса бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұндағы трендтерді, байланыстарды және де үлгілерді түсіндіріңіз. Алынған нәтижелерге сүйене отырып, бастапқы гипотезаңызды растаңыз не болмаса жоққа шығарыңыз.

Ал кейін алынған нәтижелеріңіздің контекстін және де шектеулерін қарастыруға болады. Саяси ортаны, болған жағдайда коммерциялық мүдделерді, аудиторияны және де басқа да сыртқы факторларды қоса алғанда, қорытындыңызға ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін факторлар жайлы ойлану қажет етіледі. Зерттеудің шектеулерін көрсетуге де болады. Бұл зерттеу жұмысында біз зерттеуді, әдістемені, нәтижелерді және де интерпретацияны ұсынамыз. Зерттеу объектілерін санаттарға бөліп, белгілі бір жіктеу ережелері бойынша пайыздық контенттің пайыздық мөлшерін есептейміз.

Сандық контент анализ нәтижелерін әрі қарай зерттеу үшін бастапқы нүкте ретінде ғана пайдалануға да болады. Егер де зерттеу үшін жаңа сұрақтарға жауап беріп, мазмұнның басқа да аспектілерін зерттеп не болмаса деректер жинағын кеңейткіңіз келсе, қолда бар нәтиже жақсы трамплин болады.

Бұған қоса алғанда, жаңалықтар және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа хабарларына сандық контент анализ жасау кезінде келесі аспектілерді ескеру маңызды: деректердің үлкен көлемі болса, кездейсоқ іріктеуді пайдалануды қарастырыңыз. Бұл деректер жинағыңыздың репрезентативті болуын қамтамасыз етуге және де нәтижелердегі ықтимал ауытқуларды азайтуға көмектеседі. Бұған қоса алғанда, кодтау сұлбасының сенімділігін қамтамасыз еткен жөн екен. Жаңалықтар және де бұқаралық ақпарат құралдары хабарларын талдағанда, олардың контекстін ескеру маңызды. Мазмұнды таңдауға, ұсынуға және де түсіндіруге ықпалын да тигізіп, әсер ететін саяси, әлеуметтік және де мәдени орталарды түсіне білу керек (Riffe, Lacy, Fico & Watson, 2019d).

Жалпы өз кемшіліктерге қарамастан, сандық контент анализ әдісі әлеуметтік ғылымдар, журналистика және де мәтін мазмұнын сандық тұрғыдан анықтау маңызды басқа да салаларда танымал құрал ретінде ғана қолданылады. Оны саясат, экономика, әлеуметтік тенденциялар, денсаулық сақтау және де тағы да басқа да қоса алғанда кең ауқымды тақырыптарға қолдануға болады. Біздің ғылыми жұмысымыздың тақырыбын да зерттеу үшін сандық контент анализ тәсілін қолданған ыңғайлы.

Осылайша, сандық контент анализ әдісі ғалымдар және де зерттеушілерге мәтіндердің мазмұны бойынша объективті деректер алуға және де тенденциялар және де ортақ белгілерді анықтауға мүмкіндік беретін мәтін мазмұнын талдаудың тиімді құралы саналады. Оның шектеулері бар, бірақ

дегенмен де сандық контент анализ әлі де үлкен көлемдегі мәтіндік деректерді талдауға арналған ең пайдалы құралдардың бірі екенін де ұмытпаған жөн екен. Неліктен?

Себебі осы бір тәсілдің өз артықшылықтары бар. Сандық контент анализ әдісінің негізгі артықшылықтарының бірі — оның мәтіндік мәліметтерді үлкен көлемде өңдей алуы. Сандық контент анализ әдісін қолданып талдау жүргізу үшін мәтіндегі сөздер не болмаса сөз тіркестері жіктелетін категорияларды анықтайтын кодтау тәсілін таңдау қажет. Егер де мысал келтіретін болсақ, Біздің жағдайда бала көрінісі мен репрезентациясы және де бала образы бойынша кодтауды зерделейміз.

Жалпы алғанда, сандық контент анализ ғалымдар және де зерттеушілерге мәтіндердің мазмұнын сандық бағалауға және де белгілі бір уақыт аралығы бойынша үрдістерді анықтауға мүмкіндік беретін қуатты құрал болып табылады. Жоғарыда айтып өткеніміздей, ол әлі күнге дейін әлеуметтік ғылымдарда және де мәтіндік мәліметтердің үлкен көлемін талдау маңызды болып табылатын басқа да салаларда да кеңінен қолданылады. Сол себепті біз өз методологиямыз үшін осы тәсілді таңдадық.

### 1.3. Сапалық контент анализ

Сапалық контент анализ — ғалымдар және де зерттеушілерге белгілі бір тақырыптарды, тұжырымдамаларды, идеяларды анықтау және де олардың арасындағы байланыстарды түсіну үшін сапалық деректерді талдауға мүмкіндік беретін зерттеу әдістемесі. Сапалық контент анализ әлеуметтік ғылымдарда, маркетингте, психологияда, саясатта және де басқа да салаларда да кеңінен қолданылады. Бұған қоса алғанда, сандық әдіспен қатар қолданылған сапалық әдіс зерттеу жұмысына деген сенімділікті арттыруға көмектеседі (Войскунский & Скрипкин, 2001). Ғылыми жұмыстың осы бір бөлігінде біз сапалық контент анализдің негізгі аспектілерін, оның артықшылықтары және де шектеулерін, сондай-ақ оны іске асыру процесі және де әдістерін қарастырамыз.

Алдымен сапалық контент анализдің тарихына үңілейік. XX ғасырдың ортасында сапалық контент анализ коммуникация зерттеулерінде белсенді түрде қолданыла бастады. Алайда оның тамыры одан да тереңіректе жатқанын байқауға болады. Контент анализге алғашқы талпыныстарын мәтіндер мен олардың мазмұнын зерттеуге қызығушылық танытқан XIX ғасырдағы ғалымдардың еңбектерінде кездестіруге болады. Сапалық контент анализ саласындағы алғашқы пионерлердің бірі профессор Бернард Берелсон еді. 1952 жылы оның «Коммуникациялық зерттеулердегі контент анализ» атты еңбегі жарық көрді, бұл әдіснаманың дамуындағы маңызды кезең болды. Берелсон коммуникациядағы контент анализдің іргелі принциптері мен әдістерін ұсынды, сонымен қатар оның коммуникациялық процестерді зерттеуде қолданылуын көрсетті (Krippendorff, 1989a). Берелсонның негізгі міндеттері мәтіндерді талдау және мағына жағынан үлгілер мен тақырыптарды алу үшін жүйелеу және жіктеу болды. Ол категорияларды анықтау және оларды кодтау процедураларын әзірледі, бұл ғалымдар және де зерттеушілерге мәтіндік мазмұнның үлкен көлеміне объективті талдау жүргізуге мүмкіндік берді.

Берелсонның жұмысы көпшіліктің қызығушылығын тудырып, сапалық контент-талдаудың одан әрі дамуына түрткі болды (Krippendorff, 1989b). Келесі онжылдықтарда зерттеушілер суреттер, аудио және бейне сияқты контенттің әртүрлі бөліктерін талдау әдістерін белсенді түрде дамыта бастады. Сапалық контент анализді дамытудың маңызды кезеңі оның әртүрлі салаларда қолдану аясын кеңейту болды. Саясаттану саласындағы зерттеушілер бұл әдісті саяси коммуникациялар мен сайлау науқандарын талдау үшін қолдана бастады. Әлеуметтануда ол әртүрлі әлеуметтік факторлар мен қоғамның динамикасы туралы да идеяларды зерттеуге көмектесті. Сапалық контент анализ бұқаралық коммуникациялар саласында да қолданысын тапты, бұл масс медиа трендтерді және масс медиа контентке аудиторияның реакциясын зерттеуге мүмкіндік береді. Сапалық контент анализ дамытудағы алғашқы қадамдар кейінгі зерттеулер мен әдістемелік әзірлемелерге негіз болды. Олар медиаконтенттің мазмұны мен контекстіне, сондай-ақ оның қоғамдық сана мен мінез-құлыққа әсерін талдауға арналған бұл әдістің әлеуетін көрсетті. Уақыт өте келе сапалық контент анализ әдістемесі жүйелі әрі нақты бола бастады (Войскунский &

Скрипкин, 2001). 1960 және 1970 жылдары зерттеушілер контенттің әртүрлі түрлерін талдаудың әдістемелік тәсілдері мен критерийлерін белсенді түрде әзірледі. Деректерді тиімдірек талдауға және түсіндіруге мүмкіндік беретін кодтау және жіктеу жүйелері әзірленді. Келесі онжылдықтарда сапалық контент анализ зерттеудің әртүрлі салаларында қолданыс тапты. Ол саясаттануда саяси баяндамаларды, пікірталастарды, заң жобаларын және сайлау науқандарын талдау үшін кеңінен қолданыла бастады. Әлеуметтануда сапалы мазмұнды талдау жыныс, тап, дін және басқа да әлеуметтік маңызды факторлар туралы да идеяларды зерттеу құралына айналды. Бұқаралық коммуникациялар мен психологияда ол жыныс, тап, дін және басқа да әлеуметтік маңызды факторлар туралы да идеяларды талдау үшін қолданылады. Бұқаралық коммуникациялар мен психологияда ол БАҚ әсерін, аудиторияның қабылдауы мен реакциясын талдау үшін қолданылады. Компьютерлік технологияның дамуымен және деректерді талдауды автоматтандырумен сапалық контент анализ тиімдірек және қолжетімді болды. Компьютерлік бағдарламалар ғалымдар және де зерттеушілерге сапалы деректерді ұйымдастыру және талдау мүмкіндігін береді. Бұл талдау процесін айтарлықтай жеңілдетеді және дәлірек нәтижелерді алуға мүмкіндік береді (Krippendorff, 1989с). Қазіргі уақытта сапалық контент анализ масс медиа зерттеулерінде кеңінен қолданылады. Ол әртүрлі контент бірліктерін, соның ішінде мәтіндерді, суреттерді, аудио және бейнелерді талдау үшін қолданылады.

Сапалық контент анализ мәтіндер, аудио және де бейне жазбалар, суреттер және де талдауға болатын басқа да деректер сияқты сапалық деректерді жинаудан басталады. Егер де мысал келтіретін болсақ, біздің ғылыми жұмысымызды сапалық контент анализ тәсілі бойынша зерттемес бұрын Tengrinews, Azattyq порталдарынан және де КТК телеарнасынан мәтіндік және де бейне іріктемелерді талдап алған болатынбыз. Зерттеушілер және де ғалымдар өз деректерін талдаудың алуан түрлі әдістерін қолданады, олардың қатарына мәтінді талдау, кодтау, визуал талдау, фокус-группа нәтижесін зерделеу секілді әдістер қолданылады. Аудио не болмаса бейне жазбаларды әрі қарай талдау үшін пайдалану үшін оны мәтіндік пішімге келтіреміз, осы бір транскрипция деп аталады. Егер де мысал келтіретін болсақ, КТК телеарнасындағы “Дау-дамайсыз” бағдарламасын сапалық контент анализ бойынша зерттеу үшін бейнелерді мәтіндік пішінге келтіру қажет етіледі. Кейін элементтерді талдауға көшеміз — осы бір әрі қарай талдау үшін пайдалануға болатын сөйлемдер, сөздер, мәлімдемелер сияқты деректердің жеке бөліктерін таңдап алу процесі. Кодтау — осы бір алдын ала анықталған кодтар не болмаса санаттар арқылы деректерді жіктеу процесі. Категоризация — алынған мәліметтер негізінде категорияларды құру процесі. Сапалық контент анализ зерттеулерінің нәтижесінде зерттеушілер және де ғалымдар алуан түрлі тақырыптарды, концепцияларды анықтай алады және де олардың арасындағы байланыстарды түсіне алады. Сапалық контент анализдің сандық контент анализден басты айырмашылығы мынада: сандық анализ мәтіннің негізгі

идеясын анықтауға, материалды талдаудың жалпы принциптеріне, талдау арқылы ортақ тұстарды іздеуге, мәтінді жіктеуге бағытталған. Ал сапалық контент анализ зерттелетін мәтінді толық түсінуге бағытталған. Мәтін арасындағы өзара байланыстар және де процестерді талдап, зерттелетін мәндердің жиынтығы және де күрделілігін қамтуға бағытталған және де жеке жағдайларды зерттеуге дағдыланған (Кирпиков, 2018).

Сапалық контент анализдің негізгі артықшылықтарының бірі — ғалымдар және де зерттеушілерге сандық бағалауға келмейтін сапалық деректерді талдауға мүмкіндік береді. Бұған қоса алғанда, сапалық контент-анализ ғалымдар және де зерттеушілерге зерттелетін деректерді тереңірек түсінуге, жасырын идеялар және де тұжырымдамаларды анықтауға және де олардың арасындағы байланыстарды түсінуге жәрдемдеседі (Mauring, 2004a).

Ал сапалық контент анализдің негізгі шектеулерінің бірі — осы бір тәсілді пайдалану қиын болуы мүмкін, әсіресе жас зерттеушілер және де ғалымдар үшін. Бұған қоса алғанда, сапалық контент анализ уақыт және де көптеген ресурсты қажет етеді, әсіресе үлкен көлемдегі мәтіндерді өңдеу және де талдау кезінде. Бұған қоса алғанда сапалық контент анализ нақты сандық деректерді де ұсынбауы мүмкін, ал осы бір кейбір зерттеулер үшін қажет болып жатады. Бұған қоса алғанда, зерттеушінің субъективтілігі сапалық контент анализ нәтижелеріне ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін, ал осы бір деректердің бұрмалануына әкеліп соғады. Дей тұрғанмен де кейбір зерттеушілер және де ғалымдар сапалық зерттеулер үшін субъективтік алдыңғы қатарға шығатын аспект деп санайды. Яғни бұл дегеніміз, сапалық зерттеудің субъективтілігі объективті дүниелерге жаңа қырдан қарауға мүмкіндік береді (Lincoln, 1995).

Зерттеудің мақсатын анықтау және де зерттеу мәліметтерін талдау:

1. Сұхбат, бақылау, фокус-топтар, мәтін және де визуал талдау және де басқа да әдістер сияқты сәйкес әдістерді пайдалана отырып деректерді жинау.
2. Деректерді транскрипциялау және де талдау.
3. Алдын ала анықталған кодтар не болмаса санаттар арқылы деректерді жіктеу.
4. Алынған мәліметтер бойынша мәліметтерді санаттау.
5. Зерттеу нәтижелерін түсіндіру және де қорытынды жасау.

Бірақ та жоғарыда келтірілген талдау кейбір факторлармен шектелуі мүмкін, мысалы, шектеулі уақыт ресурстары және де әдісті қолдану үшін мамандарды дайындау қажеттілігі (фокус-топ ұйымдастыру үшін арнайы модераторлар қажет дегендей). Дей тұрғанмен де, сапалық контент анализ басқа да әдістермен салыстырғанда, әсіресе сандық контент анализді еске алсақ, деректерді тереңірек және де егжей-тегжейлі талдауға көмектесе алады. Бұған қоса алғанда, сараптамалық зерттеулер үшін таптырмас құрал саналады (Selvi, 2019)

Жоғарыда айтқанымыздай, сапалық контент анализ тәсілін қолдану кезінде зерттеушінің субъективтілігін және де оның талдау нәтижелеріне әсерін

ескеру қажет. Сол себепті қате тұжырымдар және де бұрмалаулардың зерттеу нәтижесіне әсерін азайту үшін барынша толыққанды талдау жасау қажет етіледі. Сапалық контент анализді қолданудың бір мысалы — әлеуметтік медианы зерттеу. Сапалық контент анализ көмегімен зерттеушілер және де ғалымдар хабарламалардың, шолулардың, пікірлердің және де әлеуметтік медианың басқа да нысандарының мазмұнын талдай алады (Parker, Saundage & Lee, 2011). Олар хабарламаның көңіл күйін, эмоционалды бояуды, тақырыпқа деген көзқарасты, қанағаттану деңгейін және де басқа да параметрлерді саралай алады.

Сапалық контент анализ қолданудың тағы бір мысалы — баспа және де электронды бұқаралық ақпарат құралдарындағы контентті зерттеу болып табылады (Hijmans, (1996). Ал осы бір біздің ғылыми жұмысымыздың негізгі мақсаты. Осы арқылы бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланған материалдарға сапалық тұрғыдан баға беруге мүмкіндік аламыз. Сапалық контент анализ мәтіндерді, фотосуреттерді, бейне сюжеттерді және де медиада жарияланған басқа да форматтағы дүниелерге шолу жасай отырып, олардың мазмұнын, тақырыптың нәзіктігін және де жалпы құндылығын анықтау үшін талдау жасау кезінде қолданылады. Бұқаралық ақпарат құралдарының даму тенденцияларын анықтау және де олардың қоғамдық пікірге ықпал етуін сараптау осы бір тәсілдің негізгі міндеттерінің бірі. Сапалық контент анализ оқырмандар және де көрермендер алатын ақпараттың сапасын анықтауға көмектеседі және де алуан түрлі ақпарат көзін салыстыруға мүмкіндік береді.

Сапалық контент анализ жасау процесі зерттеу объектісін таңдаудан басталады, ол бір мақала ретінде, сондай-ақ тұтас газет не болмаса теледидар бағдарламасы ретінде ғана іріктеліп алынуы мүмкін. Егер де мысал келтіретін болсақ, біздің жағдайымызда біз Tengrinews, Azattyq порталдарын және де КТК телеарнасының контентін іріктеп аламыз. Әрі қарай негізгі месседжерді белгілеу, көңіл күйді бағалау және де акцентті тақырыптарды анықтау үшін материалдың мазмұнына талдау жасалады. Материалды сапалық тұрғыдан бағалау ақпараттың дәлдігі, объективтілігі, толықтығы және де өзектілігі, сондай-ақ автор қолданған стиль және де тіл сияқты параметрлерге жіктеп қарастыратын зерттеушілер және де ғалымдар әзірлеген арнайы критерийлер арқылы жүзеге асырылады. Біздің зерттеу жұмысымызда да жіктеу критерийлері қолданылатын болады.

Медиа зерттеушілері бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұны арқылы берілетін тақырыптарды, ойларды және де негізгі хабарларды зерттеу үшін сапалық контент талдауын пайдаланатынын айттық. Контентте қандай тақырыптар және де мәселелер берілгенін, олардың қалай құрылымдалғанын, қандай мағыналар және де пікірлерді білдіретінін талдауға болады. сапалық контент талдау бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеушілеріне бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контенттің мәдени және де әлеуметтік аспектілерін талдауға мүмкіндік береді. Олар гендерлік, нәсілдік, кластық, сексуалдық және де басқа да әлеуметтік сәйкестіктерді бұқаралық ақпарат құралдарында бейнелеуді зерттей алады,

сонымен қатар мазмұнда көрсетілетін мәдени құндылықтарды, таптаурындар және де стереотиптерді және де көзқарастарды зерттей алады. Медиа зерттеушілері аудиторияның әсері және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұнына реакциясын зерттеу үшін сапалық контент талдауын пайдалана алады. Олар аудиторияның бұқаралық ақпарат құралдары контентіндегі хабарламалар және де идеяларды қалай қабылдайтынын, түсіндіретінін және де оларға қалай жауап беретінін талдай алады (Masnamara, 2005a).

Бұған қоса алғанда, сапалық контент анализ бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеушілеріне бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контенттің құрылымы және де формасын зерттеуге мүмкіндік береді. Олар жанрларды, стильдерді, көрнекілікті, ырғақты, дыбыстық және де бейнелік элементтерді пайдалануды және де мазмұнның құрылымы және де қабылдауын қалыптастыратын басқа да аспектілерді саралайды. Медиа зерттеушілері жарнамалық және де коммерциялық мазмұнды зерттеу үшін де сапалық контент анализді пайдаланса блады. Олар жарнамалық хабарламалардың қалай құрастырылғанын, назар аударту және де аудиторияға ықпалын да тигізіп, әсер ету үшін қандай стратегиялар және де тактикалар қолданылатынын және де коммерциялық мазмұнның тұтынушылардың қалауы және де мінез-құлқына қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін зерттейді. сапалық контент анализ зерттеушілеріне бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа фреймдер және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контенттің идеологиялық аспектілерін зерттеуге мүмкіндік береді. Олар оқиғалар және де мәселелерді көрсету үшін қандай бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа фреймдар және де идеологиялар қолданылатынын және де олардың аудиторияның қабылдауы және де түсінігіне қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін зерттей алады. Медиа зерттеушілері медиадағы өзгерістер және де тенденцияларды зерттеу үшін де сапалық контент анализ тәсілін пайдаланады (Masnamara, 2005b). Олар уақыт өте келе мазмұнда, стильде, көрсетілімде және де форматта қандай өзгерістер болатынын және де осы бір өзгерістерге қандай факторлар ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін екенін де айқындап береді. Mayring (2004b) ұсынатын сапалық контент анализді дұрыс жүргізуге көмектесетін бірнеше негізгі қадамдар:

- Нені білгіңіз келетінін және де жаңалықтар және де теледидар мазмұнынан қандай ақпаратты алғыңыз келетінін анық көрсетіңіз. Нақты мақсат және де зерттеу сұрағы талдаудың тиісті аспектілеріне назар аударуға көмектеседі.
- Кодтау сұлбасы зерттеу сұрағы және де зерттеу мақсатын ескере отырып мұқият құрастырылуы қажет етіледі. Ол тақырып, көңіл күй, дерек көздерді пайдалану, ұсыну құрылымы және де басқа да мазмұн үшін маңызды факторлар сияқты аспектілерді қамтуы мүмкін.
- Сапалық контент анализге қажетті деректерді жинаңыз. Бұл мәтіндік не болмаса бейне материал, соның ішінде жаңалықтар және де мақалалар,

телебағдарламалардың бейнелері және де басқа да сәйкес материалдар болуы мүмкін.

- Талдау кезінде тақырыптар, құрылым, дереккөздерді пайдалану, аргументтер және де басқа да семантикалық элементтер сияқты алуан түрлі аспектілерге назар аударыңыз.
- Контенттің анықталған тенденцияларына, заңдылықтарына және де ерекшеліктеріне назар аудара отырып, алынған нәтижелерді талдау қажет етіледі. Зерттеу контекстінде пайдалы болуы мүмкін кез келген маңызды нәтижелерге не болмаса мүмкіндіктерге назар аударыңыз.
- Талдау кезінде сыни тұрғыдан ойлаңыз және де деректерді оның сенімділігі, шектеулері және де ықтимал ауытқуларын ескере отырып бағалаңыз. Мазмұнға ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін контекстік не болмаса саяси мүдделерді ескеру де маңызды.

Сапалық контент анализден кейін зерттеушілер және де ғалымдар материалдың сапалық астары және де оның қоғамдық пікірге әсері жайлы қорытынды жасайды. Олар сондай-ақ көзқарастар және де басқа да айырмашылықтарды анықтау үшін талдау нәтижелерін басқа да ақпарат көздерімен салыстыра алады. Сапалық контент анализ бұқаралық коммуникацияның алуан түрлі аспектілерін, соның ішінде олардың қоғамдық пікірге әсерін, жаңалықтарды ұсыну, ақпаратты қабылдау және де бұқаралық коммуникацияны саяси насихат құралы ретінде ғана пайдалану мүмкіндігін зерттеу үшін де пайдаланылуы мүмкін. Дей тұрғанмен де, сапалық контент анализ көптеген бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеу әдісінің бірі ғана екенін де және де бұқаралық коммуникация процесінің толық бейнесін алу үшін оны басқа да әдістермен біріктіру керек екенін де атап өткен жөн екен. Сол себепті зерттеу жұмысымызда біз бірнеше зерттеу әдісін қатар қолданамыз.

Қорыта келе, сапалық контент анализ көмегімен зерттеушілер және де ғалымдар мақалаларда айтылған тақырыптарды, олардың жиілігін, жіктелуін, күн тәртібін және де басқа да параметрлерді талдай алады. Бұл саясат, экономика, спорт және де тағы да басқа да сияқты алуан түрлі салалардағы үрдістерді талдау үшін пайдалы болуы мүмкін. Бұған қоса алғанда, сапалық контент анализ бала құқығы секілді осал тақырыптарды зерттеуде де пайдалы.

## 1.4. Визуал анализ

Визуал анализ — жаңалықтардағы, мақалалардағы және де басқа да бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өнімдердегі үрдістер және де заңдылықтарды анықтауға мүмкіндік беретін зерттеу әдісі (Prosser, 2012a). Ол бұқаралық ақпарат құралдары ақпарат беру үшін пайдаланатын мәтінді, суреттерді және де бейнесюжеттерді талдау үшін тиімді әдістердің бірі.

Визуал анализдың жақсы мысалы — көрнекі иллюстрациялар және де фотосуреттерді талдау (Ownby, 2013a). Зерттеушілер және де ғалымдар осы бір әдісті қолдану арқылы бұқаралық ақпарат құралдарының позициясын да анықтай алады. Егер де мысал келтіретін болсақ, егер суреттер әрқашан қандай да бір конфликттің бір жағын көрсетсе, онда осы бір бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа тарапынан болған бұрмалау және де манипуляцияны көрсетуі мүмкін. Бұған қоса алғанда, визуал анализ бейне жазбаларды талдауда көмектеседі, контекст және де жасырын мәндерді анықтайды (Jewitt & Leeuwen, 2000a).

Визуал анализдің ауқымы кең. Оны танымал мәдениеттегі, саясаттағы, экономикадағы, ғылым және де технологиядағы үрдістерді зерттеу үшін пайдалануға болады. Соңғы кезде әсіресе журналист мамандар және де бұқаралық ақпарат құралдарында ақпаратпен жұмыс істейтін көптеген басқа да мамандар арасында осы бір әдіс танымал бола бастады. Бұл оларға тақырыптың маңызды аспектілерін анықтауға және де оқиғалардың объективті бейнесін қалыптастыруға көмектеседі. Бейнесюжеттер және де жазбаларды зерттеу арқылы бұқаралық ақпарат құралдары қандай месседжді жеткізгісі келетін анықтауға болады (Jewitt & Leeuwen, 2000b). Осының арқасында біздің ғылыми жұмысымызда да осы тәсілді қолдана аламыз.

Дей тұрғанмен де бұқаралық ақпарат құралдарына визуал анализ қарапайым адамдар үшін де пайдалы болуы мүмкін. Бұл оларға медиадан алатын ақпаратын талдауға және де түсінуге, суреттер және де кескіндердің артында тұрған жасырын мағыналарды аңғаруға көмектеседі. Яғни бұл дегеніміз бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеулері осы бір тұрғыдан барынша көп сараптама жасайтын болса, уақыт өте келе ақпарат тұтынушылар да визуал кодтарды түсіне алатын алады. Бұл оларға неғұрлым саналы шешімдер қабылдауға және де алуан түрлі тақырыптар бойынша өзіндік көзқарасын қалыптастыруға көмектеседі. Осы тұста визуал анализдің шектеулері бар екенін де есте ұстаған жөн екен. Егер де мысал келтіретін болсақ, зерттеушілер және де ғалымдар ақпараттың бір аспектісіне тым көп көңіл бөліп, басқа даларын елемейтін болса, қате қорытындыға келуі мүмкін. Бұған қоса алғанда, олар ақпаратты негізгі контекстіне назар аудармаса, маңызды мәліметтерді жіберіп алуы мүмкін. Иә, байқап тұрғанымыздай кез келген зерттеу әдісі сияқты, визуал анализдің өз кемшіліктері бар. Визуал анализ толықтай дәл әрі нақты зерттеу әдісі емес. Деректер визуализациясын әр адам алуан түрлі қабылдауы мүмкін. Яғни бұл дегеніміз осы бір жерде де зерттеушінің субъективті ойлары алдыңғы қатарға шығады (Шакиров &

Сафиуллина, 2015). Бұған қоса алғанда визуал анализдың контентті интерпретациялауда да шектеулері бар. Егер де мысал келтіретін болсақ, визуал анализдің объектісі графиктер және де диаграммалар болуы мүмкін, осы бір жағдайда зерттеуші оларды толық түсініп, қорыта алуы қажет етіледі.

Дей тұрғанмен де визуал анализ әдісінің артықшылықтарын да ұмытпаған жөн екен. Деректерді визуализациялау ақпаратты неғұрлым түсінікті және де көрнекі форматта көрсетуге мүмкіндік береді. Мәтіннің үлкен көлемін оқудың орнына зерттеуші деректердегі жалпы үрдістер және де фокусты визуалдың көмегімен тезірек анықтай алады (Батаева, 2014). Жаңалықтардағы фотосуреттер және де телехабарлардағы бейнероликтерді визуалды талдау мұқият және де жүйелі анализді талап ететін болады. Визуал талдауды дұрыс жасауға көмектесетін бірнеше қадамдар (Jewitt & Leeuwen, 2000с):

- Фотосуреттер және де бейнелерді талдамас бұрын, оларды пайдалану контекстін түсіну маңызды. Олар жаңалықтарды не болмаса хабарды қабылдауға қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін түсіну үшін қандай жағдайда және де қандай бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контентте ұсынылғанын зерттеңіз.
- Фотосуреттер және де бейнелерді визуал талдау кезінде сурет сапасы, жарықтандыру, түстер және де композиция сияқты техникалық аспектілерді ескеру маңызды.
- Визуалды элементтердің кадрда қалай орналасқанын және де олардың бір-біріне қалай сәйкес келетінін тексеріңіз. Фрейм, перспектива, кадрлар және де бұрыштар ақпаратты қабылдау және де ұсынуға қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін бағалаңыз.
- Символизм және де метафораны қамтуы мүмкін көрнекі элементтерді талдаңыз. Қандай белгілер, түстер, нысандар не болмаса аспектілер қосымша мағына не болмаса ассоциацияларды ұсынуы мүмкін және де олардың мазмұнды қабылдауға қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін қарастырыңыз.
- Фотосуреттер және де бейнелердегі эмоционалды мимикаға, ым-ишараға және де басқа да белгілерге назар аударыңыз. Бұл өрнектердің эмоционалды тәжірибеге және де мазмұнды түсіндіруге қалай ықпалын да тигізіп, әсер ететінін зерттеуге болады.
- Талдау жүргізгеннен кейін визуалға қатысы бар қорытынды және де интерпретация жасау қажет етіледі. Визуалдың оқырмандар не болмаса көрермендер қабылдауына және де жалпы аудиторияға ықпалын да тигізіп, әсер ететін негізгі элементтері және де аспектілері қандай екенін де түсіндіріңіз. Осы орайда визуалды мазмұнды өңдеуге не болмаса бұрмалауға болатынын есте ұстаған жөн екен. Фотосуреттер және де бейнелердің мазмұнына не болмаса қабылдануына ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін өзгерістерге, ретушке не болмаса басқа да факторларына сақ болыңыз. Қажет болса, манипуляцияларды анықтау үшін қосымша тексеру жүргізіңіз.

Зерттеу еңбегінің аясы кең болған жағдайда автоматты түрде өңдеу үшін алуан түрлі компьютерлік бағдарламаларды да қолдануға болады. Бұл деректерді қолмен өңдеуге қарағанда тендецияларды барынша жылдам санаттар жіктеп қарастыруға көмектеседі. Осы орайда фейк-ақпаратты да еске алуға болады. Компьютерлік бағдарламалар және де визуал анализдің тандемі осы бір мәселедегі өз тиімділігін әлі күнге дейін дәлелдеп келе жатыр (Власова & Мирошниченко, 2022a). Ал енді визуал анализдің перспективаларына тоқталып өтейік.

БАҚ зерттеулері үшін визуал контент анализ үлкен мәнге және перспективаға ие. Бұл ғалымдар және де зерттеушілерге түстер, пішіндер, композиция және динамика сияқты көрнекі элементтерді талдауға және олардың қалай әсер ететіні мен масс медиа өнімдері алаңында хабарларды жеткізу үшін қалай қолданылатынын түсінуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, мұндай контент анализ визуалды белгілер және белгілердің семиотикалық мағыналары мен мәдени коннотацияларын шешуге мүмкіндік береді, бұл ғалымдар және де зерттеушілерге масс медиа өнімдердің мазмұны мен мағынасын жақсырақ түсінуге көмектеседі. Бұған қоса алғанда, көрнекі мазмұнды талдау визуалды элементтердің аудиторияға әсерін зерттеу және масс медиа өнімдерінің тиімділігін бағалау үшін пайдаланылуы мүмкін (Ownby, 2013b). Сонымен қатар, зерттеушілер медиадағы көрнекі тілдің тенденциялары мен эволюциясын зерттеу үшін визуалды контент анализді пайдалана алады, бұған қоса бүгінгі масс медиа ландшафттағы ақпарат пен мазмұнды ұсыну және қабылдаудағы өзгерістерді қадағалай алады. Визуалды контент анализ масс медиа өнімдердің әлеуметтік және мәдени аспектілерін зерттеуге мүмкіндік береді. Зерттеушілер визуалды элементтер арқылы жеткізуге болатын әртүрлі әлеуметтік топтардың, стереотиптердің, саяси және идеологиялық хабарлардың өкілдігін талдай алады. Бұл масс медиа өнімдерде болуы мүмкін жасырын көзқарастар мен субъективтілікті ашуға көмектеседі және сыни талдауды күшейтеді. Компьютерлік және машиналық оқыту технологияларының қарқынды дамуы визуалды контент анализдің жаңа перспективаларын ашады. Автоматтандырылған құралдарды үлкен көлемдегі көрнекі мәліметтерді талдау үшін пайдалануға болады, бұл зерттеу процесін жылдамдатады және жеңілдетеді. Мысалы, кескіндердегі нысандарды, беттерді, эмоцияларды және басқа атрибуттарды тану машиналық оқыту алгоритмдерін қолдану арқылы автоматтандырылуы мүмкін. Сондай-ақ виртуалды және толықтырылған шындықтың дамуы арқасында талдау мен визуалды зерттеудің жаңа мүмкіндіктері пайда болатынын атап өткен жөн. Зерттеушілер визуалды элементтердің көрнекі тәжірибеге, аудиторияны тартуға және виртуалды ортадағы масс медиа өнімдерінің тиімділігіне әсерін зерттей алады (Власова & Мирошниченко, 2022b). Бірақ визуал анализдің перспективалары тек мұнымен шектеліп қалмайды.

Мультимодальдық талдаудың интеграциясы: көрнекі мазмұнмен қатар масс медиа өнімдері көбінесе мәтінді, дыбысты және басқа модальділерді қамтиды. Зерттеушілер әртүрлі модальдықтардың өзара әрекеттесуін және

олардың аудиторияға әсерін зерттеу үшін мультимодальды талдау жүргізе алады. Бұл белгілі бір әсер етуге қол жеткізу үшін масс медиа өнімінің әртүрлі аспектілері қалай бірге жұмыс істейтінін тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік медианы және пайдаланушы жасаған контентті талдау: әлеуметтік масс медиа ақпарат пен ойын-сауықтың негізгі көздерінің біріне айналды. Көрнекі мазмұнды талдауды әлеуметтік масс медиа платформаларын зерттеу, пайдаланушы жасаған контентті талдау және әлеуметтік желілердегі визуалды мазмұндағы қоғамдық пікір мен үрдістерді зерттеу үшін қолдануға болады. (Ownby, 2013c) Бұл пайдаланушылардың мінез-құлқы мен қалауларын түсінуге, сондай-ақ әлеуметтік медианың қоғамдық пікір мен мәдени процестерге әсерін зерттеуге көмектеседі. Этикалық және әдістемелік тәсілдерді дамыту: визуалды мазмұнды талдау, әсіресе автоматтандырылған құралдарды пайдалану және деректердің үлкен көлемін талдау жағдайында бірқатар этикалық және әдістемелік мәселеге тап болады. Алдағы уақытта зерттеушілер визуалды деректерді жинауға, өңдеуге және интерпретациялауға этикалық және ашық тәсілдерді әзірлеу үшін жұмыс істейтін болады. Визуалды мазмұнды талдауды әртүрлі салаларда қолдану: көрнекі мазмұнды талдау тек масс медиа зерттеулерде ғана емес, психология, маркетинг, дизайн және мәдениеттану сияқты басқа салаларда да қолданылуы мүмкін. Бұл пән аралық зерттеулерге және әртүрлі контексттерде визуалды мазмұнды талдауды пайдалануға мүмкіндіктер ашады. (Ownby, 2013d) Тұтастай алғанда, визуалды контент анализ өз дамуын жалғастырып жатыр және масс медиа зерттеулерде кең перспективаларға ие. Ол масс медиа өнімдердің көрнекі аспектілерін, әлеуметтік-мәдени аспектілерін және олардың аудиторияға әсерін тереңірек зерттеуге, сондай-ақ көрнекі мазмұнды дәлірек талдау үшін жаңа технологиялар мен әдістемелерді пайдалануға мүмкіндік береді.

Визуал анализді пайдалана отырып, зерттеуші зерттеу үшін қандай тақырыптар маңызды екенін де және де одан әрі талдаудың қай бағыты өнімді болатынын да жылдам белгілей алады. Сол себепті ғылыми жұмысымыздың бір бөлігі ретінде ғана осы әдістің көмегіне жүгінеміз.

## 1.5. Іріктеме

Біздің ғылыми жұмысымыздың негізгі зерттеу объектілері — Tengrinews, Azattyq порталдары және де КТК телеарнасы. Неліктен біз осы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа түрлерін таңдап алдық?

Tengrinews порталы мемлекеттік тапсырыс алатын жекеменшік бұқаралық ақпарат құралдары қатарына жатады. Сол себепті осы бір порталдың контентінде бала образын қолданудың қандай ерекшелігі бар екенін де зерттеп көреміз. Зерттеушілердің пікірінше, бала образының саяси астары болуы мүмкін (Клещенко, 2019b). Ал Azattyq порталы керісінше шетелден қаржыландырылатын тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдары өкілі ретінде ғана бала образын қалай беретінін саралап көреміз. Талдаулар және де нәтижелер бөлімінде екі медианың ерекшеліктерін салыстырып, зерделейтін боламыз. Бала образын визуал тұрғыда қалай көрінісі мен репрезентацияланатынын анықтау үшін КТК арнасын таңдап, оның “Дау-дамайсыз” ток шоуына талдау жасаймыз. “Дау-дамайсыз” ток-шоуы бала образын жиі пайдаланатынымен әрі сенсациялық материалдарға әуестігімен танымал. Іріктеме 2022 жылы жарияланған контенттен алынады. 2022 жыл елімізде “Бала жылы” деп жарияланған. Сол себепті осы жылы еліміздің медиасында бала тақырыбында берілген ақпараттың қандай сарында болатынын анықтағымыз келеді. 2022 жылдың Бала жылы екендігі және де біз іріктеміні дәл осы жылғы контенттен алатынымыз зерттеу философиясының тағы бір маңызды тұсы деуге болады.

Тарау қорытындысы: бұл тарауда біз зерттеу методологиясына үңіліп, іріктемемен танысып өттік. Бірінші кезекте біз сандық контент анализ тәсіліне тоқталдық. Қысқаша айтып өтсек, сандық контент анализ мақсаты — белгілі бір критерийлер негізінде мәтін мазмұнын сипаттау және де сандық бағалау. Сандық контент анализ мәтін мазмұнының көптеген алуан түрлі аспектісін зерттеу үшін пайдаланылуы мүмкін, мысалы, субъективтілік, эмоционалдық мазмұн, қолданылатын терминдер және де тағы да басқа да Әсіресе онлайн медидағы мәтін мазмұнын зерделеуде сандық контент анализ өзінің тиімділігін дәлелдеген (Sjøvaag & Stavelin, 2012d). Ал осы бір біздің ғылыми еңбегіміздің зерттеу объектісі саналатын Tengrinews және де Azattyq онлайн медиасын зерттеу үшін маңызды екені анық. Сандық контент анализ жүргізу үшін зерттеушілер және де ғалымдар мәтінді талдау үшін қолданылатын санаттарды анықтаудан бастайды. Бұл санаттар нақты тақырыптарға, ұсынылатын көңіл күйлерге, тұжырымдамаларға, стильдерге не болмаса зерттеушілер және де ғалымдар зерттегісі келетін басқа да факторларға қатысы бар болуы мүмкін. Ал осы бір өз кезегінде сандық контент анализдің мықты құрал екенін де тағы бір мәрте дәлелдейді (Mehl, 2006c). Сандық контент анализ ғалымдар және де зерттеушілерге бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мазмұндағы ықтимал кемшіліктер және де қиғаштықтарды анықтауға да көмектеседі. Олар белгілі бір тақырыптарға қатысы бар біржақтылықты, белгілі бір топтардың ойын зерттеу үшін осы әдісті пайдалана алады және де осылайша бұқаралық ақпарат құралдары өкілдері және де

таптаурындар және де стереотиптер арасындағы байланысты аша алады. Ал сапалық контент анализ мәтіндер, аудио және де бейне жазбалар, суреттер және де талдауға болатын басқа да деректер сияқты сапалық деректерді жинаудан басталады. Егер де мысал келтіретін болсақ, біздің ғылыми жұмысымызды сапалық контент анализ тәсілі бойынша зерттемес бұрын Tengrinews, Azattyq порталдарынан және де КТК телеарнасынан мәтіндік және де бейне іріктемелерді талдап алған болатынбыз. Сапалық контент анализдің негізгі артықшылықтарының бірі — ғалымдар және де зерттеушілерге сандық бағалауға келмейтін сапалық деректерді талдауға мүмкіндік береді. Жалпы алғанда, сапалық контент анализ XX ғасырдың ортасында коммуникация зерттеулерінде белсенді түрде қолданыла бастады. Алайда оның тамыры одан да тереңіректе жатқанын байқауға болады. Контент анализге алғашқы талпыныстарын мәтіндер мен олардың мазмұнын зерттеуге қызығушылық танытқан XIX ғасырдағы ғалымдардың еңбектерінде кездестіруге болады. Сапалық контент анализ саласындағы алғашқы пионерлердің бірі профессор Бернард Берелсон еді. 1952 жылы оның «Коммуникациялық зерттеулердегі контент анализ» атты еңбегі жарық көрді, бұл әдіснаманың дамуындағы маңызды кезең болды. Берелсон коммуникациядағы контент анализдің іргелі принциптері мен әдістерін ұсынды, сонымен қатар оның коммуникациялық процестерді зерттеуде қолданылуын көрсетті. Бұған қоса алғанда, сапалық контент-анализ ғалымдар және де зерттеушілерге зерттелетін деректерді тереңірек түсінуге, жасырын идеялар және де тұжырымдамаларды анықтауға және де олардың арасындағы байланыстарды түсінуге жәрдемдеседі (Mayring, 2004c). Сапалық контент анализ жасау процесі зерттеу объектісін таңдаудан басталады, ол бір мақала ретінде, сондай-ақ тұтас газет не болмаса теледидар бағдарламасы ретінде ғана іріктеліп алынуы мүмкін. Егер де мысал келтіретін болсақ, біздің жағдайымызда біз Tengrinews, Azattyq порталдарын және де КТК телеарнасының контентін іріктеп аламыз. Зерттеу жұмысының келесі тарауында осы тұрғыдан саралайтын боламыз. Сонымен зерттеу объектісінің визуал анализіне мән беретін боламыз. Ол — жаңалықтардағы, мақалалардағы және де басқа да бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өнімдердегі үрдістер және де заңдылықтарды анықтауға мүмкіндік беретін зерттеу әдісі (Prosser, 2012b). Ол бұқаралық ақпарат құралдары ақпарат беру үшін пайдаланатын мәтінді, суреттерді және де бейнесюжеттерді талдау үшін тиімді әдістердің бірі.

## 2-Тарау. Негізгі бөлім. Қазақстан медиасындағы бала образы көрінісі мен репрезентациясының проблемалары

### 2.1. Tengrinews, Azattyq порталдары және де КТК телеарнасына сандық контент анализ және де талдау

#### **Tengrinews және де Azattyq порталдарына сандық контент анализ Контент анализ мақсаты:**

Контент анализ төмендегі сұрақтарды зерделеуді мақсат етеді:

1. 2022 жылы Tengrinews және де Azattyq порталдарында бала тақырыбында қанша жаңалық жарияланды?
2. 2022 жылы Tengrinews және де Azattyq порталдарында бала тақырыбындағы жаңалықтардың қаншасы негатив, қаншасы позитив және де қаншасы бейтарап сарында?

Ақпаратты санаттарға бөліп қарастыру үшін Логунова (2014b) оларды мазмұнына сай жағымсыз, жағымды, бейтарап деп жіктеуге болатынын айтады. Біздің ғылыми жұмысымызда да бала тақырыбына қатысы бар ақпаратты осы санаттар бойынша бөліп қарастырамыз.

#### *Кесте 2.1 Ақпарат түрін жіктеу*

Ақпарат түрі	Жіктеу критерийі
--------------	------------------

Жағымсыз

Баланы құрбан және де жәбірленуші образдарда көрсететін материалдарды жағымсыз ақпарат түріне жатқызамыз. Бұл зорлық пен зомбылық не болмаса балаларды қорлаудың басқа да аспектілерін қамтуы мүмкін. Мектептегі төбелес, есірткі, алкоголь не болмаса оқу үлгеріміндегі проблемалар сияқты мектеп ортасындағы мәселелер туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Жазатайым оқиғалар, қайғылы оқиғалар, өрт не болмаса балаларға ықпалын да тигізіп, әсер еткен басқа да жазатайым оқиғалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Кейбір аурулардың, эпидемиялардың не болмаса балалардың денсаулығының басқа да мәселелерінің таралуы туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Із-түссіз жоғалған, ұрлап кеткен не болмаса басқа да қауіпті жағдайлардың құрбаны болған балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Балалар жасаған қылмыс, заңды бұзу сияқты проблемалық мінез-құлық туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Депрессия, үрей, өзіне зиян келтіру не болмаса суицид әрекеттері сияқты балалардың психикалық денсаулығына қатысы бар мәселелер туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Табиғи апаттардан, соғыстардан, босқыншылықтан не болмаса басқа да дағдарыстардан зардап шеккен балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Жыныстық қанау, бала саудасы не болмаса балалар порнографиясы туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Отбасылық жанжал, ажырасу, балалардың мәжбүрлі түрде некеге тұруы, баладан бас тарту не болмаса жетімдік туралы да жаңалықтар, бұл балалардың өміріндегі тұрақсыздықты көрсетуі мүмкін. Көші-қон мәселелерімен бетпе-бет келген балалар, босқындар, заңсыз иммиграция не болмаса жақсы өмір іздеп отбасынан ажыраған балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Балалардың психикалық және эмоционалдық әл-ауқатына ықпалын да тигізіп, әсер ететін кибербуллинг, желідегі зорлық пен зомбылық, онлайн ортадағы сексуалдық не болмаса психологиялық зорлық пен зомбылық жағдайлары туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Сауаттылықтың төмен деңгейі, сапалы білімге қол жеткізе алмайтын балалар, мектеп жүйесінде артта қалған не болмаса қолайсыз жағдайдағы балалар біліміндегі проблемалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар. Қауіпті не болмаса заңсыз жұмыс орындарында жұмыс істеуге мәжбүр болған, балалық шақ пен дұрыс білім алудан айырылған балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.

<p>Жағымды</p>	<p>Жалпы бала қандай да бір жеткен жетістігі, ерлік әрекеттері не болмаса шығармашылығы секілді ақпаратты жағымдылер қатарына жатқызуға болады. Атап айтқанда:</p> <p>Білім берудегі жетістіктер: тамаша оқу нәтижелеріне қол жеткізген, беделді шәкіртақы алатын не болмаса ғылыми, әдеби жарыстарда жеңіске жеткен балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Спорттық жетістік: Жас спортшылардың ұлттық және халықаралық деңгейде өнер көрсетіп, жарыстарда жеңіске жетіп, жаңа рекордтар орнатуы туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Шығармашылық жетістік: музыкада, өнерде, әдебиетте не болмаса басқа да шығармашылық салаларда дарындылығын көрсететін, жүлделерге ие болған, сахнада өнер көрсеткен балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Қайырымдылық және волонтерлік қызмет: Балалардың қайырымдылық істерге белсенді қатысуы, мұқтаждарға көмектесуі, жергілікті қоғамдастықтарда волонтерлік қызметі және қоғамға оң үлес қосуы туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Ғылыми жаңалықтар: ғылыми жаңалықтар ашып, эксперименттер жүргізетін не болмаса ғылыми прогрес пен инновацияны алға сүйрейтін, жаңа технологияларды әзірлейтін балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Әлеуметтік көшбасшылық: Көшбасшылық қасиеттерін көрсететін, ортасындағы оң өзгерістерге ықпал ететін мектеп не болмаса қоғамдық жобаларды ұйымдастыратын балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Қиындықтарды жеңіп, аурумен күресетін не болмаса физикалық, эмоционалдық не болмаса әлеуметтік кедергілерді жеңіп, басқа далаарға шабыт беретін балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Мәдени мұра: өз елінің мәдени мұрасын, дәстүрін, тілін не болмаса өнерін сақтайтын және насихаттайтын, сақталуы мен сабақтастығына үлес қосатын балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p> <p>Инновация және кәсіпкерлік: инновациялық өнімдерді дамытатын, өз бизнесін ашатын не болмаса ерте жастан кәсіпкерлік дарындылығын көрсететін балалар туралы да жаңалықтар мен мақалалар.</p>
----------------	---

Бейтарап	Бейтарап жаңалықтарға жоғарыда келтірілген тақырыптарды қамтымайтын, яғни балалар туралы да я проблеманы, я жетістіктерін айтпайтын жалпылама жаңалықтарды жатқызамыз. Көбінесе бұл білім саласындағы өзгерістер мен денсаулық тақырыбы бойынша балаларға қатысы бар жалпы жаңалықтар мен мақалалар.
----------	--

*Дереккөзі: Кесте автордікі, 29.12.2022*

### **Контент анализ нәтижесі:**

2022 жылы Tengrinews порталында бала тақырыбына қатысы бар 572 жаңалық жарияланған.

#### *Кесте 2.2 Tengrinews порталы бойынша статистика*

<b>Ақпарат түрі</b>	<b>Саны</b>	<b>Пайызы</b>
Жағымсыз	386	67,5%
Жағымды	31	5,4%
Бейтарап	155	27,1%

*Дереккөзі: Кесте автордікі, 29.12.2022*

Ал **Azattyq** порталында тікелей бала тақырыбына қатысы бар 29 жаңалық жарияланған.

#### *Кесте 2.3 Azattyq порталы бойынша статистика*

<b>Ақпарат түрі</b>	<b>Саны</b>	<b>Пайызы</b>
Жағымсыз	22	75,9%
Жағымды	3	10,3%
Бейтарап	4	13,8%

*Дереккөзі: Кесте автордікі, 29.12.2022*

Алуан түрлі зерттеулер нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа бетіндегі бала жайлы ақпарат көбінесе жағымсыз сарында

берілетіні белгілі болды. Көбінесе бала жайлы жазылған негатив ақпарат зорлық пен зомбылық, қылмыс, апат мәселелеріне қатысы бар (Davian, 2017b). Біз жүргізген контент анализ де осындай нәтиже берді.

Tengrinews және де Azattyq порталдарына жасалған контент анализ нәтижесінде екі порталда да бала жайлы жаңалықтар оларды көбінесе «жәбірленуші, бағынушы» образдарда көрсететіні анықталды (Choudhury, 2014d). Осы арқылы баланың жағымды көрінісі мен репрезентациясын қолға алу керектігі айқындалады. Осыған дейін де айтып өткеніміздей, қазіргі әлемде бұқаралық ақпарат құралдары адамдардың әртүрлі топтары туралы да қоғамдық пікір мен идеяларды қалыптастыруда орасан зор рөл атқарады. Дей тұрғанмен, балаларға келетін болсақ, позитивті көрінісі мен репрезентацияға ерекше назар аудару қажет етіледі. Бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың оң имиджін қалыптастыру стереотиптерді, алдын ала теріс пікірлерді жоюға көмектеседі және балалардың бойында өзін-өзі бағалау мен медианы сауатты тұтыну сезімін дамытуға ықпал ететін болады. Бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың позитивті көрінісі мен репрезентациясын арттырудың бірінші қадамы балалардың әртүрлі және шабыттандыратын бейнелерін ұсыну болып табылады. Әртүрлі жастағы, нәсілдегі, этникалық топтағы, жыныстағы, әртүрлі физикалық және интеллектуалдық қабілеттері бар балаларды көрсету маңызды. Бұл әртүрлілік балаларға олардың жеке ерекшеліктеріне қарамастан табысты және маңызды бола алатынын түсінуге көмектеседі (UNICEF, 2007f). Зерттеу жұмысында «жәбірленуші, бағынушы» образдардың (Choudhury, 2014e) бар екені талданған болатын. Сол себепті балаларды стереотиптен аулақ ұстап, оларға нақты және күрделі рөлдерді беру қажет етіледі. Балаларды көшбасшылар, зерттеушілер, ғалымдар, спортшылар және т.б. ретінде ғана көрсетуге болады. Әртүрлі рөлдерді ұсыну арқылы балаларға әртүрлі салаларда өзін көруге және олардың әлеуетін дамытуға көмектеседі. Яғни бұл дегеніміз, масс медиа беттерінен балалар өздері туралы да және өздерінің мүмкіндігі кең туралы да көбірек білетін болса, бұл оларға сенімділік береді. Осы орайда, әдебиетке шолуымызда қарастырғандай, бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың оң өкілдігін арттырудың тағы бір маңызды аспектісі — балалардың контент жасауға белсенді қатысуы. Балаларға балалардың көзімен қарау маңызды, бұл олардың бұқаралық ақпарат құралдарында қалай көрсетілуіне әсер етуіне мүмкіндік береді. Ол сондай-ақ ересектерге балалардың шындықтары мен қажеттіліктерін дәлірек түсінуге көмектеседі. Балаларға қатысты контенттің мазмұны мен сапасы да балалардың бұқаралық ақпарат құралдарында позитивті көрінісі мен репрезентациясын арттыруда маңызды рөл атқарады. Зерттеушілер бұқаралық ақпарат құралдары балаларға эмоционалды интеллект, төзімділік пен айырмашылықты құрметтеуге ықпал ететін, шабыттандыратын және жағымды оқиғаларды ұсынуы керек дейді (UNICEF, 2007g). Позитивті бейнелер мен оқиғалар балалардың өзін өзі дамытуға және қоршаған әлеммен жағымды қарым-қатынас орнатуға көмектеседі. Сонымен қатар, ата-аналар, жалпы ересектер балалардың бұқаралық ақпарат құралдарында позитивті көрінісі мен репрезентациясын

арттыруда маңызды рөл атқара алады. Олар балалармен бұқаралық ақпарат құралдарында көргендерін талқылай алады, стереотиптерді талдай алады және шындық экранда көрсетілгеннен әлдеқайда әртүрлі және қызықты болуы мүмкін екенін көрсете алады. Өйткені бала туралы да контентті ұсынған кезде әр масс медиа әртүрлі ақпарат таратады. Әр масс медиа бала образын әртүрлі мақсатта қолданады. Біздің анализ барысында да осы нәрсе белгілі болды.

Tengrinews және де Azattyq порталдарындағы бала жайлы жаңалық саны арасындағы айырмашылық қатты сезіледі. Tengrinews порталында бала жайлы жаңалық көбінесе ҚР Төтенше жағдайлар министрлігіне, полиция баспасөз қызметіне және де басқа да сайттарға сілтеме жасау арқылы беріледі. Яғни бұл дегеніміз, осы бір порталдағы бала жайлы ақпарат, әсіресе негатив сарындағы ақпарат біркүндік болып саналады. Мұндай біркүндік ақпараттар қаралым және де рейтинг көтеру құралы ретінде ғана қолданылады. Ғалымдардың сөзінше, дәл осы біркүндік негатив сарындағы ақпарат бала көрінісі мен репрезентациясына ең көп зиянын тигізеді (UNICEF, 2007f). Сонымен қатар, Клещенко (2019с) балаларды саяси инструмент ретінде ғана қолдануға болатынын еске алуға болады. Жоғарыда айтқанымыздай, Tengrinews порталында осы тенденцияны бақылаймыз. Портал бала жайлы ақпарат таратқан кезде бала жайлы жаңалық көбінесе ҚР Төтенше жағдайлар министрлігіне, полиция баспасөз қызметіне, жалпы саяси сарында сілтеме жасау арқылы ақпарат таратады. Көп жағдайда бұл балалардың «жәбірленуші, бағынушы» образдар да (Choudhury, 2014f) берілуіне байланысты. Иә, балалар бейнесін саяси мақсатта пайдалану күрделі және жиі даулы тақырып болып табылады. Кейбір жағдайларда бұқаралық ақпарат құралдары кейбір саяси мәселелерге назар аудару не болмаса халықтың жанашырлығы мен қолдауын ояту үшін балалардың бейнесін пайдалануы мүмкін. Дей тұрғанмен, бұл әртүрлі этикалық және моральдық мәселелердің қайнар көзі болуы мүмкін және мұндай пайдаланудың контексті мен салдары мұқият қарастырылуы қажет етіледі. Біріншіден, балалардың бейнесін саяси мақсатта пайдалану эмоцияларды манипуляциялауға және бұқараны манипуляциялауға әкелуі мүмкін. Балаларды құрбан не болмаса жәбірленуші ретінде ғана көрсету қоғамда күшті сезім тудырып, олардың пікірлерін басқару үшін қолданылуы мүмкін. Бұл бұрмалауға не болмаса саяси мәселелер бойынша толық ақпаратқа қолжетімділікті шектеуге әкеледі (Клещенко, 2019d).

Екіншіден, балалардың бейнесін саяси мақсатта пайдалану олардың құқықтары мен жеке өміріне қол сұғылуына әкелуі мүмкін. Яғни бұл дегеніміз нәзік тақырыптарда бала образын қолданғанда кез келген уақытта балалардың мүддесін алдыңғы қатарға шығару қажет етіледі. Балалар өздерінің жеке басын және қауіпсіздігін қорғауға құқылы және олардың келісімінсіз не болмаса олардың ең маңызды мүдделерін ескермей олардың бейнесін пайдалану орынсыз және олардың әл-ауқатына зиян келтіруі мүмкін (Davian, 2017с). Сондай-ақ балалардың өз ерік-жігерін толық көрсетуге не болмаса саяси процестерді және оларға қатысудың салдарын түсінуге әрқашан мүмкіндіктері бола бермейтінін атап өткен жөн. Олардың имиджін саяси мақсатта пайдалану

ерекше жауапкершілік пен құқықтарын қорғауды талап ететін болады. Ең дұрысы, бұқаралық ақпарат құралдары этикалық принциптерді ұстанып, олардың имиджін саяси контексте пайдалану кезінде балалардың мүдделері мен жеке бас қауіпсіздігін қорғауды ескеруі қажет етіледі. Ақпаратты беруде ерекше мұқият және өте шыншыл болу, сондай-ақ әділдік пен балалардың құқықтары мен қадір-қасиетін құрметтеу қағидаттарын сақтау қажет (UNICEF, 2007h). Сол кезде ғана біркүндік ақпараттардың легі бәсеңдеп, балаларды саяси контекстінде қолданудың этикалық принциптерге қайшы келетінін аңғаруға болады.

Ал Azattyq порталының жаңалықтарында біркүндік ақпараттан гөрі мәселеге толық анықтама беріп, анализ жасауға талпыныс бар екенін байқаймыз. Сол себепті де порталдағы жаңалық саны Tengrinews-пен салыстырғанда әлдеқайда аз. Бұған қоса алғанда, порталда резонансты оқиғаларды уақыт елеңінен өткізіп, сараптау да байқалады. Ғалымдардың пікірінше, осы бір тенденция бала репрезентациясы үшін тиімді (UNICEF, 2007i). Порталда да сол себепті біркүндік жаңалықтан гөрі, сараптамалық материал көбірек. Мұндай жаңалыққа мысал ретінде ғана “Бес бала өртенген оқиғаға үш жыл. Не өзгерді?” деген материалды келтіруге болады. Негатив ақпаратты бергенде анализге басымдық берсек, біркүндік негатив көрінісі мен репрезентациядан арылуға болады.

Tengrinews порталындағы жаңалықтар контентінде адамға ықпалын да тигізіп, әсер ететін комментарийлер және де эмоция тудыратын риториканы да байқауға болады. Бұндай риторика тек қана жаңалықтың ішінде ғана емес, тақырыбында да кездесуі мүмкін. Егер де мысал келтіретін болсақ, порталда берілген бір жаңалық тақырыбы мынадай — “Жүрегімді бөліп алғандай”. Оралдағы футбол алаңында 11 жастағы бала қаза болды. Байқап тұрғанымыздай, “Жүрегімді бөліп алғандай” деп бала жайлы негатив ақпарат ұсына отырып, эмоция тудырушы сарында да береді.

Контент анализ барысында тағы бір мәселе — Tengrinews порталында бала жайлы жарияланған жаңалықтың бірқатары ҚР Төтенше жағдайлар министрлігінің баспасөз қызметіне сілтеме жасау арқылы берілген. Көп жағдайда осы бір полиция қызметкерлерінің қызметінің пиар мақаласы ретінде ғана ұсынылады. Мұндай жаңалықтар контентінде полицейлер балаларды “қалай құтқарды, қандай көмек көрсетті” деген кілт сөздерді байқауға болады. Себебі бала — кез келген адам үшін жүрек жақын түсінік. Оларды құтқару арқылы қоғам тарапынан оң бағаға ие болу да жеңілдейді. Сол себепті осындай сарындағы жаңалықтарда бала образы тағы да тиімді құралға айналып кетеді, бала мүддесі ескерусіз қалады.

Бұған қоса алғанда, осы бір порталдарда бала өліміне қатысы бар жаңалық да көптеп жазылады. Әсіресе, сенсациялық оқиғалар болған кезде осы бір тақырып бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінде бірнеше күн бойы қайта басылып тұрады. Қайғылы оқиға жайлы кез-келген жаңа мәліметке жаңалық арналып, әр жаңалықта оқиға қайтадан сипаттап

беріліп отырады. Осындай қайғылы оқиғалар жайлы біркүндік ақпаратты қайталап бере беру — эмоция тудыру құралы.

## КТК телеарнасына сандық контент анализ

### Контент анализ мақсаты:

КТК телеарнасындағы «Дау-дамайсыз» бағдарламасын контент анализ объектісі ретінде ғана алып, іріктеме жасау арқылы бағдарламадағы бала құқығы және де көрінісі мен репрезентациясына үңілетін боламыз.

### Контент анализ нәтижесі:

*Кесте 2.4 КТК телеарнасының “Дау-дамайсыз” бағдарламасы бойынша статистика*

2022 жылы жарық көрген бағдарлама саны	26
Бала тақырыбына арналған бағдарлама саны	7
Бала образы бар бағдарлама саны	19

*Дереккөзі: Кесте автордікі, 29.12.2022*

2022 жылы «Дау-дамайсыз» бағдарламасының 26 саны шықты. Оның жетеуі бала тақырыбына тікелей қатысы бар. Яғни бұл дегеніміз, 2022 жылы жарық көрген бағдарламалардың 25%-дан астамы бала мәселесін көтереді.

Бала тақырыбына арналған жеті бағдарламаның жетеуінде де бала бейнесі бұлдыратусыз, анық көрінеді. Ал “Анасы қайтып, әкесі тастаған қараусыз қалған балалар” деп аталатын бағдарлама санында, бас кейіпкер үш баланың да толық аты-жөн екені және де туған күнін және де қай мектепте оқитынына дейін біліп алуға болады. “Қайын атасы немересін мойындамай, фамилиясын беруден бас тартқан!” деп аталатын тағы бір бағдарламада баланың туу жайлы куәлігін ірі планмен анық көрсетеді. “Ең жас көпбалалы ана мектеп киімін ала алмай, қиналып отыр” деген бөлімде журналист өзі анасынан балаларыңыздың аты кім деп жеке ақпаратты сұрап алады. Дәл осы бөлімде анасының “күндіз балдарым үйде жалғыз отырады” деген сөздері де бағдарлама эфирінен беріледі. Олардың тұратын жерін анық көрсетіп, осындай ақпаратты эфирге жіберу арқылы бағдарлама авторлары бала өміріне қауіп төндіруі де мүмкін. Егер де журналист мамандар қандай да бір қиын жағдайға тап болған бала жайлы материал дайындағанда маңызды детальдарға назар аудармаса не болмаса көзден таса қылса, этикалық және де құқықтық принциптерді ескермесе, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қосалқы зиянын тигізеді (Davian, 2017d). Ал осы бір бала үшін үлкен соққы екенін де естен шығармау қажет етіледі. Осы орайда зерттеушілер және де ғалымдар жеке ақпараттар және де идентификациялауға мүмкіндік беретін визуалды инструменттер жәбір көрген не болмаса қылмыс жасады деп күдікке ілінген

бала қауіпсіздігін осалдататынын және де болашақта қалыпты өмірге оралуына кедергі болатынын ескертеді (Barry & Jempson, 2005d). Әдебиетке шолу бөлімінде қарастырғанымыздай, бала образы көрінісі мен репрезентациясының таптаурындар және де стереотиптері осыдан ондаған жылдар бұрын көтерілген өзекті тақырыптардың қатарында болған. Бірақ та уақыт өте келе осы бір проблеманың аяқ алысы айтарлықтай бәсеңдеді деп айта алмаймыз, өйткені шолу барысында аталған мәселенің соңғы жылдардағы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа және де бала тақырыбындағы еңбектерде де көптеп көтерілетінін аңғаруға болады. Әлі күнге дейін медианың қоғамдық пікір және де таптаурындар және де стереотиптердің, соның ішінде кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар пікірдің қалыптасуына ықпалы зор. Кейбір бұқаралық ақпарат құралдары өз материалында бала үнемі ересектер тарапынан қадағалауды қажет ететін тәуелділер ретінде ғана бейнелейді. Комедиялық шоулар және де жарнамаларда бала көбінесе әзіл-оспақ не болмаса күлкілі жағдайлардың көзі ретінде ғана көрсетіледі. Бұл бала еркелігі және де аңғалдығын идеализациялауға, сондай-ақ бала тек ересектердің көңіл көтеруіне арналған деген стереотиптің сақталуына әкелуі мүмкін. Бұл стереотиптің қарама-қайшы жағы да бар: фильмдер және де телешоуларда бала кейде ерекше дарынды, ақылды және де қиындықтарды жеңе алатын шектен тыс мықты адамдар ретінде ғана бейнеленеді. Бұл бала қабілеттерінің шындыққа жанаспайтын бағасы және де осы стандарттарға сәйкес келмейтін басқа да балаларда алуан түрлік комплекстер туындауы мүмкін (UNICEF, 2007i). Бала құқығын бұзатын эпизодтардан бөлек, бала көрінісі мен репрезентациясы бар 19 бағдарламаның контент анализінен соң, бағдарлама ұсынған бала образдарын былай жіктеуге болады:

### **Бейшара бала**

Бағдарламаның көптеген бөлімінде жылаған бала образы жиі кездеседі. Мұндай образ негатив көрінісі мен репрезентацияның ең көп тараған түрлерінің бірі. Журналистер мұндай образды эмоция тудырушы құрал ретінде ғана қолданады. Алайда, өкінішке қарай, баланың жағдайы жайлы ешкім ойламайды. Эмоциялық әсерді күшейту үшін эфирде бала көрген зорлығы жайлы да толық сипаттама беріледі. Ал осы бір кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге кері ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Ұлыбританияда бала арасында жүргізілген сауалнама нәтижесі бойынша, журналист мамандар өз материалдарын тиімді қолдану үшін ештеңеден жасқанбайды, сұхбат берген баланың абыройына нұқсан келуі мүмкін ғой деп ойланбайды деген пікірлер көп айтылған (UNICEF, 2007j). Иә, әрине, бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды құрбан, жәбірленуші, материалдық жағдайы төмен және бақытсыз етіп көрсеткенде, бұл көрермендердің жанашырлығы мен аянышын тудыруы мүмкін. Қоғам балалардың жағдайына алаңдап, көмектесу не болмаса өзгеріске ниетті болуы мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация қоғамның назарын кейбір балалар кездесетін проблемаларға аударып, әлеуметтік теңсіздіктер мен әділетсіздіктер туралы да хабардар болуына ықпал ететін болады. Дей тұрғанмен, ескеру қажет

бірқатар аспекті бар: балаларды тек негативті образдарда көрсете беру олардың стигматизациялануына әкеліп соғады және теріс стереотиптерді күшейтеді. Бұл олардың қабілеттерін, әлеуетін және ресурстарын түсінуді шектеуі мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация балалардың белсенді рөлі мен өмірін өзгерту процесіне қатысуын атап көрсетудің орнына, пассивацияға және балаларды үмітсіз көмек объектілері ретінде ғана көрсетуге әкелуі мүмкін. Анализ барысында байқағанмыздай, балалар қатысуымен жасалған “Дау-дамайсыз” бағдарламасының бөлімдері көп жағдайда балалар турала стигматизациялық ойларды тудырады. Сонымен қатар, негативті образдарда ұсыну қоғамдағы балалардың жалпы бейнесін бұзады. Балалардың әртүрлі қызығушылықтары, қабілеттері мен жетістіктері бар, олар да бұқаралық ақпарат құралдарында көрсетілуі қажет етіледі. Олардың өмірі кедейлік пен қиыншылықпен шектеліп қалмай, олардың жан-жақты дамуы, білім алуы, ойынау құқығы, жетістіктері, отбасы мен қоғамдағы қарым-қатынастары болуы қажет етіледі.

### **Күнәсіз балақай**

Ересектерге қатысы бар тақырыптарды көтерген кезде бағдарлама авторлары күнәсіз балақайлар образын қолданып, балаларды ересектерге қосымша ретінде ғана ұсынады. Ересектер өз проблемасы жайлы айтқанда балаларын жанында алып жүреді не болмаса бала тобының арасында отырады. Бұл да бала образын қолдану деген сөз. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында ересектерге арналған аксессуар ретінде ғана (Children Express, 1998), қосымша ретінде ғана ұсынғанда, бұл олардың даралығы мен кімдігін тұншықтырады. Олар өз мүдделері мен қажеттіліктері бар тәуелсіз тұлғалар ретінде ғана емес, «кішкентай ересектер» не болмаса ата-аналардың образының бөлігі ретінде ғана ұсынылуы мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация балалардың өзін-өзі көрсетуін және жеке тұлғасының дамуын шектей алады. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында тек ересектерге арналған аксессуар не болмаса қосымша ретінде ғана емес, өз пікірі, идеясы, құқығы бар қоғамның белсенді қатысушылары ретінде ғана көрсету қажет етіледі. Балаларды бұқаралық ақпарат құралдарында көрсету кезінде олардың қажеттіліктерін, қызығушылықтары мен қабілеттерін ескеру қажет. Балалар олардың нақты өмірлік тәжірибесін көрсететін және олардың қоғам мүшелері ретіндегі маңыздылығын мойындайтын әртүрлі рөлдерде ұсынылуы қажет етіледі. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында ересектерге арналған аксессуарлар мен қосымша ретінде ғана көрсету де олардың қоғамдағы рөлі мен құндылығын қабылдаға кері әсер етуі мүмкін. Егер де балалар үнемі өздерін басты мақсаты ересектер әлемін безендіру не болмаса бағыну болып табылатын кішігірім кейіпкерлер ретінде ғана көретін болса, бұл олардың амбицияларының шектелуіне әкелуі мүмкін.

### **Сүп-сүйкімділер**

Бұл бала образы бағдарламада жиі қолданылатындардың бірі. Бағдарлама контекстіне сай келмесе де, бала ойнап бетін тыржитқанын не болмаса тілін көрсеткен эпизодтарын ірі планмен беру арқылы бала образы тағы да

таптаурындар және де стереотиптер шырмауында қалып отыр. Балаларды тек сүйкімді объект ретінде ғана көрсету оларға деген объективті қабылдауға және олардың даралығы мен құқықтарын елемеуіне әкелуі мүмкін. Бұл балалардың қоғамдағы рөлі туралы да түсінікті тарылтып, олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясының алуан түрлілігін шектей алады. Сонымен қатар, мұндай көрініс балалардың сыртқы түрі мен мінез-құлқына байланысты стереотиптер мен күтілетін нәтижелерді де күшейте алады. Балалардың өз мүдделері, қажеттіліктері мен құқықтары бар қоғамның белсенді қатысушылары екенін есте ұстаған жөн. Олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы олардың жан-жақты дамуын ескеріп, даралығын құрметтеуге тиіс.

### **Үнсіздер**

Балаға тікелей қатысы бар мәселенің бәрі баланың өз тарапынан емес, ересектер тарапынан баяндалады. Баланың ойын баланың өзі емес, ересек жеткізеді. Бала бар болғаны үнсіз ғана бас шайқап отырады.

### **Мүгедек бала**

Инклюзивтілік мәселесі өте өзекті. Алайда бағдарлама авторлары мүгедек бала образын берген кезде тағы да таптаурындар және де стереотиптерге ұрынады. Мүгедек балаларды аянышты кейіпте көрсетіп, тіпті мұңды визуал және де әуенді де қолданады. Зерттеушілердің пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өкілдері мүгедектерді бейшара образдарда беріп, ақпарат тұтынушылардың аяушылық сезімдерін оятуға әуес (Teng & Joо, 2020a). Мүгедек адамдары, соның ішінде балаларды сипаттау кезінде қолданатын сөздер оларға деген көзқарасты жақсы жаққа өзгертуге және де тереңірек түсінуге ықпал етеді не болмаса керісінше оларға деген теріс пікірдің және де олардың мүмкіндіктері жайлы білімсіздіктің сақталып қалуына ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Мүмкіндігі шектеулі адамдар жайлы қате ой тудыратын не болмаса оларды ренжітетін сөздерді теріс не болмаса астарлы мағынада қолданылды ма әлде жоқ па соны ойланған дұрыс. Сіз дұрыс деп танылған арнайы терминологияны қолдандыңыз ба не болмаса сіз негізінен жиі қолданылатын сөздерді, қорлау не болмаса әдепсіз болуы мүмкін таптаурындар және де стереотиптерді пайдаландыңыз ба? Яғни бұл дегеніміз мұңды визуал мен сүймелдеудің қаншалықты дұрыс екенін және оларға қалай әсер ететінін ойланған жөн. Егер де күмәндансаңыз, сарапшымен, сондай-ақ мүгедек баланың өзімен де кеңесуге болады (Barry & Jempson, 2005e).

## 2.2. Tengrinews, Azattyq порталдарына сапалық контент анализ және де визуал талдау

Ғылыми жұмыстың осы бір бөлігінде Tengrinews және де Azattyq телеарналарына сапалық контент анализ тәсілін қолданып, екі ақпарат құралын зерттеп көреміз.

Әдебиетке шолу бөлімінде қарастырғанымыздай, Қазақстан медиасы да бала тақырыбын көтергенде негатив тақырыптарды көптеп береді. Яғни бұл дегеніміз “жәбірленуші образы” (Choudhury, 2014g) екі медиада да басым болып тұр. 2022 жылы жарияланған жаңалықтар және де мақалалардың мазмұнын көп жағдай бала өлімі және де кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар қылмыс секілді тақырыптарды жиі көтереді: “Павлодарда жүк көлігі екі оқушыны қағып кетті”, “Шуда екі бала өрттен қаза тапты”, “Алматы облысында 12 жастағы оқушыны көлік қағып кетті”.

Бала өлімі жайлы жазғанда болған оқиғаны толық сипаттап, оқиға орнын көрсететін визуалды қолдану да жиі байқалады: “Оқиға орнына барған жедел-тергеу тобы 2007 жылы туған қыз баланың Н.Назарбаев даңғылы 204 мекенжайындағы үйдің 8-қабатынан құлағанын анықтады. Жарақат алған жасөспірім ауруханаға жатқызылды”.

**Сурет 2.1** Павлодар қаласында көп қабатты үйден құлап кеткен бала туралы жаңалық



Павлодар қаласында көпқабатты үйдің терезесінен жасөспірім қыз құлап кетті, - деп хабарлайды [Tengrinews.kz](https://tengrinews.kz) тілшісі [Polisia.kz](https://polisia.kz)-ға сілтеме жасап.

Дереккөзі: *Tengrinews*, 23.12.2022

Порталдарда бала өліміне әкелген жағдай хронологиялық түрде жазылып отырады. Яғни бұл дегеніміз, бала жайлы ақпарат таратып, оның әрі қарай қалай өрбігенін портал бетінен анықтап біле аламыз. Егер де мысал келтіретін болсақ: бірінші жаңалық “*Ақтөбеде 4 жасар бала жоғалып кетті*” деп

жарияланады. Кейін осы жаңалықтың әрі қарай қалай өрбігенін береді: “Ақтөбеде аулада ойнап жүріп жоғалып кеткен 4 жасар бала өлі табылды”, “Ақтөбеде жоғалып кеткен 4 жасар бала өлі табылды: істің мән-жайы айтылды”. Үшінші жаңалықтың мазмұнына үңілер болсақ, “тың деректер” деген сөз тіркесін көреміз: “Ақтөбеде аулада ойнап жүріп жоғалып кеткен 4 жасар Данил Ахуновтың өлімі жайлы тың деректер пайда болды”. Жалпы бала өлімі жайлы ақпарат таратқанда Tengrinews порталы болған оқиғаны толық суреттеп, “тың деректер” деген сөз тіркесін жиі қолданып, оқиғаның әр деталін сипаттап отырады. “Тың деректер” деген тіркеспен қатар бала өлімі тақырыбын одан әрі тарқату үшін “егжей-тегжей” деген тіркес те жиі қолданылады: “Павлодар облысында өртенген үйден зейнеткер және де 6 жасар баланың денесі табылды”, “Павлодарда өрттен 6 жастағы бала қаза тапты: оқиғаның **егжей-тегжейі** белгілі болды”. Яғни бұл дегеніміз, зерттеушілер және де ғалымдар өз еңбектерінде көрсеткендей (UNICEF, 2007k) осы бір жерде ешқандай сараптама жасалмастан, сенсациялық тақырыпты бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа бетінде ұзаққа ұстап тұруға талпынысты аңғаруға болады.

Әрине, бала өлімі — журналист жаза алатын ең қайғылы және де ауыр тақырыптардың бірі. Оқиғаның қатысушылары және де жалпы қоғам үшін, әсіресе медиадағы бала образы үшін жағымсыз салдардың алдын алу үшін осы бір тақырып журналистерден ерекше жауапкершілікті талап ететін болады. Балалардың өлімі жайлы ақпарат тарататын журналист мамандар жоғары этикалық және де кәсіби стандарттарды сақтауы қажет етіледі. Бұл материалдар оқиға ықпалын да тигізіп, әсер еткен адамдарға және де қоғамдық пікірге елеулі ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін екенін де есте ұстауы қажет етіледі. Сол себепті журналист мамандар қайтыс болған бала туыстары және де жақындарына қайғы-қасірет әкелетін сенсациялық тақырыптар және де суреттерден аулақ болғаны жөн екен. Сондай-ақ құпиялылықты сақтауды ұмытпаған жөн екен. Журналистер қайтыс болған бала және де олардың отбасылары жайлы жеке ақпаратты олардың келісімінсіз жария етпеуі қажет етіледі. Бұл оқиғаға қатысушылардың құқықтары және де сезімдерін қорғау үшін ғана емес, жалпы журналистік кәсіпке деген халықтың сенімін сақтау үшін де маңызды.

Балалардың өлімі жайлы жазатын журналист мамандар қаза болғандардың туыстары және де жақындарына, сондай-ақ оқиғаға қатысы бар басқа да адамдарға да жанашырлық танытуы қажет етіледі. Олар бала өлімі кез келген отбасы үшін үлкен соққы екенін де түсінгені жөн екен. Балалардың өлімі жайлы материалдар жазу күрделі де жауапты процесс. Агрессиялық мәндегі материалдарды да жазғанда да абай болуы керек. Көптеген автор агрессивті сарындағы масс медиа өнім балаларда да агрессианы оятады деп есептейді. Әсіресе заманауи бұқаралық ақпарат құралдарында зорлық пен зомбылықты көрсету ауқымы кеңейіп, балалар және де жастар көп уақытын бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен сондай сарындағы контент тамашалаумен өткізуі мүмкін деседі (Anderson, Berkowitz, Donnerstein,

Huesmann, Johnson, Linz, & Wartella, 2003c). Зерттеушілер және де ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдарында ұсынылған агрессивті бейнелер, зорлық пен зомбылық және де қақтығыстар балаларда қорқыныш, үрей тудырады дейді. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы агрессияны қабылдау арқылы олардың эмоционалдық жағдайы бұзылады және де олар ашулы бола түседі. Бала зорлық пен зомбылықтың бейнесі бар көріністерге еліктей бастайды, сондай-ақ медиадан көрген дүниелерін қайталайды. Бұл олардың әлеуметтік бейімделуінің бұзылуына, басқа да адамдармен қарым-қатынас кезіндегі қиындықтарға және де қандай да бір жанжал туындауына әкелуі мүмкін. Медиадан үнемі агрессивті сарындағы месседждерді алу бала когнитивті дамуына теріс ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін. Олар зорлық пен зомбылықты қалыпты жағдай ретінде ғана қабылдай бастайды. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы агрессия бала әлеуметтік қарым-қатынасына да ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Медиадағы қақтығыстар, зорлық пен зомбылық және де теріс пікірлер балаларда алуан түрлі таптаурындар мен стереотиптер және де шыдамсыздықтың қалыптасуына алып келеді.

Бұған қоса алғанда, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қарсы жасалған сексуалды қылмыс мәселесі екі медиада да көп жазылады: *“Шымкент қаласында бес жігіт 15 жастағы қызды зорлаған”*, *“Есік қаласында 4 жасар қыз зорланды”*, *“Ақтөбедегі мектеп әжетханасында 7 жасар бала зорланды”*. Ғалымдардың пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа бала жайлы жазғанда осындай ауыр тақырыптарды көтеру арқылы бала көрінісі мен репрезентациясына келгенде сенсациялық тақырыптардың алдыңғы қатарға шығаратын көрсетеді (Davidson, 2008). Бұған қоса алғанда, мұндай жаңалықтарды эмоциялық әсерді күшейтетін тіркестер арқылы гипербола тәсілін қолданып береді: *“Көкшетауда 5 жасар кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар жантүршігерлік жайт анықталды”*. Сонымен қатар, зерттеушілер және де ғалымдар сексуалды зорлық пен зомбылық туралы да ақпарат таратқанда оқиғаның мән-жайын айтудан аулақ болу керек дейді, яғни болған жайттың әр деталіне мән беріп, толықтай сипаттамаған жөн екен (Barry & Jempson, 2005f). Егер де мысал келтіретін болсақ, Azattyq порталында жарияланған бір мақалада сексуалды зорлық пен зомбылық көріп, өліп құшқан бала туралы да ақпарат таратқанда оқиғаның толық картинасын береді: *...15 жасар қызды жергілікті тұрғын “зорлап өлтіргеннен кейін” ауылға арнайы жасақ тартылып, қауіпсіздік шарасы күшейтілді... “Қылмысты жасыру үшін қызды пышақтағанын, өлтіргеннен кейін денесін өртегенін” айтқан...* Байқап тұрғанымыздай, мақалада баланың зорланғаны, кейін қалай өлтірілгені туралы да толық деректер келтіріледі. Бұқаралық ақпарат құралдарында зорлық пен зомбылық қалай болғанының егжей-тегжейін жариялау жағымсыз салдарға әкеп соғуы мүмкін, сондықтан мұндай оқиғалар туралы да хабарлау кезінде абай болу және де этикалық стандарттарды сақтау маңызды (Livingstone, 2016b). Зорлық-зомбылық туралы да әр детальды айтатын болсақ, жәбір көрген адамның не болмаса оның отбасының болған оқиға туралы да жағымсыз естеліктері

туындап, қайтадан психологиялық соққы алуы мүмкін. Яғни бұл дегеніміз оқиғаны толыққанды жаңғырту этикаға қайшы (Barry & Jempson, 2005g). Бұл мәліметтерді жариялау құрбанға қосымша зиян келтіруі және де жәбірленушінің жеке өмірінде өшпес із қалдыруы мүмкін. Сондай-ақ, осылайша жәбір көргендер өзін кінәлі сезіне бастап жатады.

Зерттеушілер және де ғалымдар зорлық пен зомбылықтың толық картинасын бергеннен гөрі жәбірленушілерге қолдау көрсетіп, зорлық пен зомбылық жасағандарды әділ жазалаудың маңыздылығы туралы да ақпарат беруге назар аударған дұрыс дейді. Иә, әрине, қоғамға сексуалдық зорлық пен зомбылық мәселесі бар екенін де айту маңызды болғанымен, осы бір тақырып туралы да жазғанда бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа сақтық танытып, құрбандарды қолдауға, мәселенің алдын алуға және де әділеттілік және де этикалық стандарттарды сақтауға жіті назар аударуы керек (Barry & Jempson, 2005h). Әйтпесе жаңалық тарататын порталдар мен веб-сайттар, әлеуметтік желілер, бейне платформалары және форумдар сияқты бұқаралық ақпарат құралдары пайдаланушылар өзінің пайдаланушыларына, соның ішінде балаларды кибербуллинг құрбаны айналдыруы мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдары өздерінің күші мен ықпалын балалар туралы да жағымсыз және қорлайтын материалдарды жариялау үшін пайдалана алады. Бұл баланың стигматизациясына және әлеуметтік оқшаулануына әкелуі мүмкін.

Нәтижесінде жалған ақпаратты жарияланып, сонымен қатар, зиян тигізетін фотосуреттер немесе бейнелерді де жариялануы мүмкін. Сонымен қатар, веб-сайттар мен әлеуметтік желілердегі бақылаусыз ашық пікірлер кибербуллинг алаңына айналуы мүмкін. Балалар анонимді немесе танымайтын пайдаланушылар тарапынан қорлауды, қорқытуды, өшпенділік сөздерін және кемсітуді көруі мүмкін. Сонымен қатар, БАҚ арқылы таралатын хэштегтер мен вирустық тенденциялар киберқорқыту үшін теріс пайдаланылуы мүмкін. Балалар мұндай тенденциялармен байланысты қорлаудың және әзілдердің нысанасына айналуы мүмкін, бұл олардың өзін-өзі бағалауы мен психологиялық әл-ауқатына теріс әсер ететін болады. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары балалардың бейнелерін әртүрлі фотоөңдеу үшін пайдаланылуы мүмкін. Бұл фотошопинг, жалған профильдерді жасауды немесе баланың психологиялық және эмоционалдық дамуына ұзақ мерзімді салдары болуы мүмкін компроматтарды жариялауды қамтуы мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдарының кибербуллингке ұшырауы нәтижесінде балалар алаңдаушылық, депрессия, өзін-өзі төмен бағалау, әлеуметтік оқшаулану және тіпті өзіне зиян келтіру немесе өзіне қол жұмсау туралы да ойлар сияқты ауыр зардаптарға ұшырауы мүмкін. Сондықтан БАҚ балалар үшін қауіпсіз желілік ортаны құрудағы жауапкершілігін сезініп, кибербуллингпен күресу шараларын қабылдап, осы мәселенің алдын алу бойынша белсенді жұмыс жасауы өте маңызды. Бірақ екінші жағынан, бұқаралық ақпарат құралдары балалардың кибербуллингпен күресу үшін проблема туралы да хабардар ету және осы құбылыстың жағымсыз салдары туралы да ақпарат беру арқылы көмектеседі. Олар мақалалар, баяндамалар мен сұхбаттарды, сондай-ақ кибербуллингті

жеңуге бағытталған ұсыныстарды жариялай алады. Бұқаралық ақпарат құралдары, сонымен қатар, ата-аналар мен балаларға проблеманы түсінуге және оның алдын алу шараларын қабылдауға көмектесетін ақпараттық материалдар мен ресурстарды жасау үшін ұйымдармен және сарапшылармен серіктес бола алады. Олар оқыту бағдарламаларын жүргізе алады, кибербуллингтік науқандар мен форумдар ұйымдастыра алады және құрбандар мен олардың отбасылары арасында тәжірибе алмасу және қолдау көрсету үшін платформа ұсына алады. Балаларға қауіп төніп тұрғаны оқырман тарапынан күшті эмоционал реакцияны тудырады, бұқаралық ақпарат құралдары оқырманның назарын ұстап тұрғысы келеді. Журналистер және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өнім жасаушылар өздеріне байланысты емес жағдайлар алдында дәрменсіз қалған, ересектер тарапынан зорлық пен зомбылық көргендердің жағдайы жайлы жиі айтады. Соның салдарынан бұқаралық ақпарат құралдарында бала көбінесе құрбан не болмаса жәбір көруші ретінде ғана көрсетіледі (UNICEF, 2007).

Байқап тұрғанымыздай, бала жайлы жазғанда көзіміз шалатын контекст көп жағдайда “қаза тапты, қағып кетті, зорланды, қауып алды, құлап кетті, жоғалып кетті” деген сөз тіркестерімен ғана шектеліп қалады. Дей тұрғанмен де кейбір порталдардың редакциялық миссиясы болады. Егер де мысал келтіретін болсақ, Azattyq порталының миссиясы адам — құқықтарын қорғау. Жәбір көрген бала ғана емес, ересек құқығы туралы да да, айтып, қоғамға мәселенің бар екенін де жеткізіп, құқықтарын қорғауға шақырады. Сол себепті материалдарда бала көп ретте жәбір көрген, құқығы тапталған болып көрсетілуі мүмкін. Яғни бұл дегеніміз, адамдардың, соның ішінде бала да құқығы тапталса, оны көрсету, ол туралы да айту — Azattyq секілді порталдардың міндеті екенін де айта кеткен жөн екен. Қалай болғанда да зерттеушілер және де ғалымдар ең алдымен баланың мүддесі және де этикалық стандарттарды алдыңға қатарға шығаруға кеңес береді (Livingstone, 2016с).

### *Сурет 2.2 Желіде балшықта отырған баланың видеосы тарады*



*Дереккөзі: Tengrinews, 03.03.2022*

Бұған қоса алғанда, анализ барысында белгілі болғандай теориялық стереотип “сүйкімділер образы” да (Choudhury, 2014h) біздің медиаға тән бала көрінісі мен репрезентациясының проблемасының қатарында екен: “Желіде балшықта отырған баланың видеосы көпшілікті сүйсіндірді”, ““Өскенде сварщик боламын” деген қыз Қазнетті сүйсіндірді”, “Қызылордада мүгедек әкесіне күтім жасаған егіз Қазнетті сүйсіндірді”. Мұндай “сүйкімді кішкентай бүлдіршіндер” образының бала көрінісі мен репрезентациясы үшін қауіпті екенін де зерттеушілер және де ғалымдар да айтады. “Сүйсіндірді, тәнті етті, елжіретті” деген риториканы қолдану арқылы біз балаларды ересектердің көңілін көтерушілер ретінде ғана сипаттап, олардың жеке тұлға екенін де ұмытамыз (UNICEF, 2007m). Иә, әрине, балаларды бұқаралық ақпарат құралдарында сүйкімділер ретінде ғана көрсетудің өзіндік ерекшеліктері бар, оның тіпті позитивті реңкі де болуы мүмкін. Балалардың сүйкімді іс-әрекетін бақылау арқылы оқырмандар мен көрермендерде жағымды эмоциялар туады. Балалардың сүйкімді фотосуреттері не болмаса бейнелері аудиторияны күлімдеп, жылы сезімдер сыйлайды. Мұндай көрініс көрермендер мен оқырмандардың өмірінде қуаныш пен жағымды эмоциялардың көзі бола алады. Дей тұрғанмен, жоғарыда ғалымдар тоқталғандай, ескеру қажет кейбір аспектілер бар. Балаларды тек сүйкімді объект ретінде ғана көрсету оларға деген объективті қабылдауға және олардың даралығы мен құқықтарын елемеуіне әкелуі мүмкін. Бұл балалардың қоғамдағы рөлі туралы да түсінікті тарылтып, олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясының алуан түрлілігін шектей алады. Сонымен қатар, мұндай көрініс балалардың сыртқы түрі мен мінез-құлқына байланысты стереотиптер мен күтілетін нәтижелерді де күшейте алады. Балалардың өз мүдделері, қажеттіліктері мен құқықтары бар қоғамның белсенді қатысушылары екенін есте ұстаған жөн. Олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы олардың жан-жақты дамуын ескеріп, даралығын құрметтеуге тиіс. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды сүйкімді объект ретінде ғана көрсету балалар образын, балалық шақ образын коммерцияландыру мен тұтынушылық көзқарасты тудыруы мүмкін. Сүйкімді балалардың суреттерін пайдалану маркетинг пен жарнаманың мақсатына қызмет ете алады, мұнда балалар сату және тұтыну объектілеріне айналады. Бұл балалар үшін сұлулық пен мінез-құлықтың шынайы емес стандарттарын тудыруы мүмкін (UNICEF, 2007n). Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікір мен балалар туралы да түсінікті қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Олар балалар жайлы стереотиптер мен идеяларға, соның ішінде балаларды сүйкімді объект ретінде ғана көрсету арқылы әсер ете алады. Сондықтан стереотиптерді күшейтпеу және балалар жайлы шынайы картинаны беру және олардың мүмкіндіктерін шектемеу үшін материалдарды, суреттер мен хабарламаларды тандауға жауапкершілікпен қараған этикалық принциптерге сай болар еді. Бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды таныстыру кезінде олардың құқықтарын қорғаудың этикалық стандарттарын сақтау маңызды. Балалардың құрметке, қадір-қасиетіне құрметпен қарауға және қанаудан


қорғалуына құқығы бар. Сондықтан балалардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы әділдік, теңдік және олардың құқықтарын құрметтеу қағидаттарына негізделуі қажет етіледі. Медида бала имиджін көтергіміз келсе, сүйкімділер секілді таптаурындар және де стереотиптерден барынша аулақ болу қажет етіледі. Зерттеушілердің пікірінше, бала образының таптаурындар және де стереотиптері жайлы бала өздері де көп толғанады. Market and Opinion Research International зерттеуіне (Young Today, 2004) сәйкес, бала баспасөздегі жағымсыз таптаурындар және де стереотиптерді ауыр қабылдайды және де осы бір ересектердің оларға қатысы бар көзқарасын айқындап, олардың күнделікті өміріне ықпалын да тигізіп, әсер етеді деп санайды. Сондай-ақ журналист мамандар бала мінез-құлқын бағалау кезінде жоғары моральдық ұстанымдарды жоққа шығаруға тым асығады деп есептейді. Олар осы бір позицияның екіжүзді екенін де айтып, журналист мамандар өз мәтініне көбірек реакция жинау үшін бәрін жасайды дейді.

Tengrinews порталы мемлекеттен тапсырыс алатын бұқаралық ақпарат құралдары қатарына жататындықтан, порталдың контентінен мемлекеттік органдар тарапынан тапсырыс бойынша жазылған мақалаларды аңғаруға болады:

*“Мерекелік іс-шарада қала әкімі Асылбек Шаменов: “Айналайын кішкентай бүлдіршіндер! Шаһарымыздың өздеріңдей білімді де талапты жастары әлемнің ең озық оқу орындарында білім алуда, спорт саласында биік белестерді бағындырып чемпион атануда, басқа да үлкен жетістіктерге қол жеткізіп Сыр елінің абыройын көтеруде. Сол аға-әпкелеріңнен үлгі алып, зерделі де зерек, білімді де білікті болыңдар. Жаңа жыл өздеріңе де, сендерді мәпелеп өсіріп отырған ата-аналарыңа да тек жақсылық әкелсін”, — деген жүрек жарды лебізін жеткізді.” (Tengrinews, 2022)*

**Сурет 2.3** Қызылорда қаласының әкімі кішкентай бүлдіршіндерді Жаңа жылмен құттықтады

## Қызылорда қаласының әкімі бүлдіршіндерді Жаңа жылмен құттықтады

26 желтоқсан 2022, 19:15 · 376 · 



СОҢҒЫ ЖАҢАЛЫҚТАР

Дереккөзі: Tengrinews, 26.12.2022

Байқап тұрғанымыздай, әкімдер секілді мемлекеттік қызметкерлер бала образын пайдаланып, аудиторияның ықыласына бөленгісі келеді. Себебі бұқаралық ақпарат құралдарында бала образы өтімді образдардың бірі. Нәтижесінде осы бір біздің медиадағы бала образы стереоптитерінің тағы бір көрінісі екенін де айта аламыз. Балаларды респект жинау, аудиторияның жүрегін жібіту үшін қолдану арқылы біз “аксессуар бала” стереоптиті образын қалыптастырамыз (Children Express, 1998). Ал осы бір ең қауіпті таптаурындар және де стереотиптердің қатарында. Егер де біз медиада балаларды әрдайым жәбір көріп, кейін ересектерді сүйсіндіріп, соңында ересектердің “аксессуарына” айналдырып жіберетін болсақ, проблеманың өте тереңде жатқанын айтуға болады.

Бұған қоса алғанда, Tengrinews порталы баланың “аксессуар образын” (Children Express, 1998) полиция қызметкерлері, ішкі істер органында қызмет атқаратын тұлғалар, жалпы әскери адамдар образын жағымды көңіл күйде беру үшін де қолданатыны белгілі болды. Портал бала бет жүзін бұлдыратпай, анық көрсете береді, тіпті олардың атын-жөн екенін де көрсетеді:

*“Павлодар облысында Ертіске батып бара жатқан екі баланы полиция қызметкері соңғы сәтте дер кезінде жетіп, оларды жазаға шығарды, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі. Павлодар облысында 5 қазанда сағат 16.00 шамасында 12 жастағы Аспандияр және де 11 жастағы Қуаныш мектептен кейін Ертіс өзенінің жағасында серуендеп жүрген. Сол сәтте Қуаныш жарға тым жақын келіп, суға құлап түскен. Оның жүзе алмайтынын білген Аспандияр досын құтқару үшін суға түскен. Суға батқан қос баланы полиция қызметкері Азамат Саянов құтқарып қалды.” (Tengrinews, 2022)*

**Сурет 2.4** Павлодарлық полицей суға батып бара жатқан екі баланы құтқарды



Дереккөзі: Tengrinews, 09.10.2022

Полицейлерге қатысы бар риторика тек қана жағымсыз сарында ғана кездеспейді, сонымен қатар балаларды стереотип сүйкімді образдарда көрсетіп, осылайша полиция қызметінің абыройын көтеріп, бала образын қолданады: *Әлеуметтік желіде полицей болуды армандайтын Қарағанды облысы Шет ауданы Ақсу-Аюлы ауылының жас тұрғыны түсірілген видео тарады. Видеода қолына таяқ ұстаған бала жол жиегінде тұрып, жүргізушілерге тасжолдың жабылатынын ескертіп жатыр, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі.* Мақалада “полиция, полицей” сөздеріне акцент берілген. Осы арқылы мақаланың дискурсына баға беруге болады. Ақпарат құралы екі стереотип образды — “сүйкімділер образы” (Choudhury, 2014i) және де “аксессуар бала образын” (Children Express, 1998) қатар қолданып отыр.

### Сурет 2.5 Жас полицей қазнетті тәнті етті



Дереккөзі: Tengrinews, 25.03.2022

Мұндай жаңалықтар 2022 жылдың басындағы Қаңтар оқиғасы кезінде шыққан жаңалықтармен салыстырғанда жақсы қарама-қайшылықты көрсетеді. Қаңтар оқиғасы кезінде өлім құшқан бала жайлы ақпарат таратқанда портал “тәртіпсіздіктер кезінде” қаза тапты деген риториканы ұстанады. Полицей не болмаса әскерилерге қатысы бар ешқандай акцент берілмейді:

Қаңтар оқиғасына қатысы бар тағы бір жаңалықта “Қазақстан халқына” қорының зардап шеккен азаматтарға ақшалай төлемдерді аударып жатқандығы жайлы айтылады. Бірақ та мақаланың атауында жалпы “азаматтарға” емес, “кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге” көрсетілген көмекке акцент жасалады. Нәтижесінде саяси тақырыптарды көтергенде бұқаралық ақпарат құралдары бала образын тиімді кезде қолданып, реакцияны күшейтуші құрал ретінде ғана пайдаланады. Логунова да (2014с) бала образын қолданудың

саяси астары бар екенін де айтып, медиадағы тенденцияларды анықтаған болатын. Сол тенденциялармен салыстырып қарайтын болсақ, Қазақстан медиасында да бала образын саяси қақтығыстарды жұмсарту үшін қолданатынын байқай аламыз.

Tengrinews және де Azattyq порталдарындағы бала жайлы жаңалықтар арасындағы айырмашылық қатты сезіледі. Жоғарыда байқағанымыздай, Tengrinews порталында бала жайлы жаңалық көбінесе ҚР Төтенше жағдайлар министрлігіне, полиция баспасөз қызметіне және де басқа да сайттарға сілтеме жасау арқылы беріледі. Яғни бұл дегеніміз, осы бір порталдағы бала жайлы ақпарат, әсіресе негатив сарындағы ақпарат біркүндік болып саналады. Мұндай біркүндік ақпараттар қаралым және де рейтинг көтеру құралы ретінде ғана қолданылады. Ғалымдардың сөзінше, дәл осы біркүндік негатив сарындағы ақпарат бала көрінісі мен репрезентациясына ең көп зиянын тигізеді (UNICEF, 2007o). Сонымен қатар, Клещенко (2019e) балаларды саяси инструмент ретінде ғана қолдануға болатынын еске алуға болады. Жоғарыда айтқанымыздай, Tengrinews порталында осы тенденцияны бақылаймыз. Портал бала жайлы ақпарат таратқан кезде бала жайлы жаңалық көбінесе ҚР Төтенше жағдайлар министрлігіне, полиция баспасөз қызметіне, жалпы саяси сарында сілтеме жасау арқылы ақпарат таратады. Көп жағдайда бұл балалардың «жәбірленуші, бағынушы» образдар да (Choudhury, 2014j) берілуіне байланысты. Иә, балалар бейнесін саяси мақсатта пайдалану күрделі және жиі даулы тақырып болып табылады. Кейбір жағдайларда бұқаралық ақпарат құралдары кейбір саяси мәселелерге назар аудару не болмаса халықтың жанашырлығы мен қолдауын ояту үшін балалардың бейнесін пайдалануы мүмкін. Дей тұрғанмен, бұл әртүрлі этикалық және моральдық мәселелердің қайнар көзі болуы мүмкін және мұндай пайдаланудың контексті мен салдары мұқият қарастырылуы қажет етіледі. Біріншіден, балалардың бейнесін саяси мақсатта пайдалану эмоцияларды манипуляциялауға және бұқараны манипуляциялауға әкелуі мүмкін. Балаларды құрбан не болмаса жәбірленуші ретінде ғана көрсету қоғамда күшті сезім тудырып, олардың пікірлерін басқару үшін қолданылуы мүмкін. Бұл бұрмалауға не болмаса саяси мәселелер бойынша толық ақпаратқа қолжетімділікті шектеуге әкеледі (Клещенко, 2019f).

**Сурет 2.6** Қаңтар оқиғасы кезінде оқ тиген кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге 97 миллион теңге көмек берілді

Қаңтар оқиғасы кезінде оқ тиген балаларға 97 миллион теңге көмек берілді

"Қазақстан халқына" қоры қаңтар оқиғасы кезінде зардап шеккен азаматтарға ақшалай төлемдерді аударуды жалғастырып жатыр, - деп хабарлайды Tengrinews.kz

22 сәуір 2022, 14:43 • 707



Дереккөзі: Tengrinews, 22.04.2022

“Жәбірленуші бала образымен” (Choudhury, 2014k) қатар, бала жайлы жағымсыз көңіл күйді күшейтетін тағы бір мәселе — негатив ақпараттың әр деталіне жаңа жаңалық арнап, жариялап отыру. Нәтижесінде біз бала жайлы біркүндік жағымсыз шуды көбейтеміз. Ал мұндай сараптамасы жоқ біркүндік материалдар көрінісі мен репрезентациясы үшін тиімді емес екенін де зерттеушілер және де ғалымдар да атап айтады (Barry & Jempson, 2005i).

### Сурет 2.7 Tengrinews порталынан скриншот



The screenshot shows three news items from Tengrinews. Each item includes a headline, a short text summary, a date and time, and a small image. The first item is titled 'Нұр-Сұлтанда 10-қабаттан бала құлады: оқиғаның мән-жайы айтылды' and includes an image of a hand holding a white object. The second item is titled 'Нұр-Сұлтанда 10-қабаттан құлап кеткен баланың жағдайы белгілі болды' and includes an image of a child's hand with medical sensors. The third item is titled 'Елордада ер адам 10-қабаттан құлаған бес жасар қызды қағып алды' and includes an image of a child's hand holding a stuffed animal.

Нұр-Сұлтанда 10-қабаттан бала құлады: оқиғаның мән-жайы айтылды  
10-қабаттың терезесінен құлап кеткен қыз үйде әжесімен болған. Нұр-Сұлтан қаласының Полиция департаменті оқиғаның мән-жайын айтты, - деп хабарлайды  
10 тамыз 2022, 17:56 · 573

Нұр-Сұлтанда 10-қабаттан құлап кеткен баланың жағдайы белгілі болды  
Нұр-Сұлтан қаласының Қоғамдық денсаулық сақтау басқармасы өкілдері тұрғын үйдің оныншы қабатынан құлап кеткен бес жасар қыздың жағдайын айтты,  
10 тамыз 2022, 14:42 · 721

Елордада ер адам 10-қабаттан құлаған бес жасар қызды қағып алды  
Нұр-Сұлтанда тұрғын үйдің оныншы қабатынан құлаған бес жасар қызды өтіп бара жатқан ер адам ұстап қалған. Оқиға туралы Төтенше жағдайлар департаменті  
10 тамыз 2022, 08:27 · 650

Дереккөзі: Tengrinews, 10.09.2022

“Ведомство мәліметінше, оқиға 31 шілдеде болған. Кешкі сегіздер шамасында Қабанбай батыр 42 мекенжайында 2017 жылғы қыз бала терезеден құлаған. Сол жерден өтіп бара жатқан ер адам қызды қағып алуға тырысқан” — деп бірінші жаңалықта қыздың туған жылы және де мекенжайы жайлы ақпарат беріледі.

Екінші жаңалықта “31 шілдеде ауруханаға 2017 жылы туған науқас жеткізілді. Бала нейрохирургия бөлімшесінде емделіп жатыр. Ол түрлі жарақат алған. Қазіргі уақытта баланың жағдайы ауыр. Қазір ол жансақтауда ем қабылдап жатыр. Бала толықтай емделіп және де тексеріліп жатыр”, - деді Нұр-Сұлтан қалалық Қоғамдық денсаулық сақтау басқа дармасы өкілдері тілшіге” — деп тағы бір ақпарат беріледі.

“10-қабаттың терезесінен құлап кеткен қыз үйде әжесімен болған. Нұр-Сұлтан қаласының Полиция департаменті оқиғаның мән-жайын айтты, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі.

Тәртіп сақшыларының айтуынша, 31 шілдеде Есіл аудандық полиция бөлімінің кезекші бөліміне Қабанбай батыр даңғылындағы тұрғын үйдің 10-қабатынан кәмелетке толмаған бала құлап кеткені жайлы хабарлама түскен.

“Оқиға орнына жедел-тергеу тобы жеткеннен кейін 4 жасар қыз сағат 16.30 шамасында бөлмесінде жалғыз қалып, сонда ойнап отырғаны анықталды”, -

*деді ПД баспасөз қызметіндегілер.*” — деп қыздың 10 қабаттан құлағаны, оның әжесі бар екені белгілі болады. Бірінші жаңалықта үй нөмірі белгілі болып, үшінші жаңалықта қыздың қай қабатта тұратыны да белгілі болады.

Байқап тұрғанымыздай, бір оқиғаға үш жаңалық арнау арқылы бұқаралық ақпарат құралдары бала жайлы жағымсыз ақпараттық шуды көбейтеді. Ал осы бір жоғарыда айтқанымыздай өз кезегінде медиадағы бала көрінісі мен репрезентацияна кері ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады.

Бала тақырыбы төңірегінде жағымсыз ақпараттық шуды көбейтетін тағы бір мәселе — кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар маңызды емес шетелдік ақпараттарды тарату:

*“Үндістанның оңтүстігінде әйел қызының 13 жастағы сыныптасын жақсы оқығаны үшін улаған, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі Times of India басылмына сілтеме жасап.” (Tengrinews, 2022)*

*“Анталида аттракцион бұзылып, үш бала зардап шекті. Анталида аттракцион бұзылып, үш бала жарақат алды. Құтқарушылар көмектескенше, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге біраз уақыт тұруға тура келді, - деп хабарлайды HaberTurk” (Tengrinews, 2022)*

Шетелдік ақпараттармен бөліскенде жағымсыз шумен шектеліп қалмай, бала стереотипті образдары бар ақпаратты да таратып отырады. Егер де мысал келтіретін болсақ, зерттеу жұмысы жоғарыда қарастырған “сүйкімділер образы” (Choudhury, 2014) бойынша мынадай жаңалық шыққан: *“Pikabu.ru ресейлік ойын-сауық сайтында балшықта отырған баланың видеосы жарияланды. Видео бірнеше сағатта жеті мыңнан астам қаралым жинаған, - деп хабарлайды lada.kz. Видеоға балшықтың ортасында ойнап отырған бала түсірілген. Желі қолданушылары баланың қылығына тәнті болып, түрлі пікір қалдырған”.* (Tengrinews, 2022)

Яғни бұл дегеніміз, еліміздегі жағдайлар жайлы айтып, бала образының таптаурындар және де стереотиптерін көрсетіп қана қоймай, шетелдік таптаурындар және де стереотиптерді де еліміздің ақпараттық алаңына әкеліп тұрмыз деген сөз. Нәтижесінде бала рейтинг көтеру құралына айналады (Davian, 2017e).

Tengrinews порталы 1 маусым — Халықаралық балаларды қорғау күніне орай еліміздегі кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар статистикалық деректерді дайындайды. Мақалада *“Мектепке дейінгі ұйымдардағы бала саны қанша?”, “Күндізгі жалпы білім беретін мектептердегі оқушылар саны”, “Даму мүмкіндіктері шектеулі оқушылар саны”, “2022 жылы сәбилерге жиі қойылған есімдер”* секілді жалпы тақырыптарда, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қарсы істелген қылмыс тақырыптары да көтеріледі. Бірақ та портал мақаланың атауында тағы да жағымсыз көңіл күйді қолданады: ***Анасы өлтірген 6 жағдай болған. Елдегі бала статистикасы қандай?***

Бұған қоса алғанда, портал бала жайлы негатив ақпарат таратқан кезде кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар сипаттауды

да ерсі қолданады. Егер де мысал келтіретін болсақ порталда мынадай жаңалық жарық көрген:

*Сурет 2.8 Екібастұзда жалдамалы пәтерден төрт маугли бала табылды*

## Екібастұзда жалдамалы пәтерден төрт "маугли" бала табылды

12 ақпан 2022, 11:36 · 15555 · 



*Дереккөзі: Tengrinews, 12.02.2022*

Байқап тұрғанымыздай, балаларды “маугли” деп атау арқылы портал бала образының тағы бір жағымсыз көрінісі мен репрезентациясын көрсетіп тұр. Сол себепті бала жайлы ақпарат жазған кезде кез келген сипаттау сөздерге мән берген жөн екен. Себебі бұқаралық ақпарат құралдары балаларды белгілі бір сарында сипаттау арқылы кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар қоғам көзқарасын да қалыптастырады (Barry & Jempson, 2005j). Бұған қоса алғанда портал бала жағдайы жайлы да ақпарат береді: *Екібастұзда жалдамалы пәтерлердің бірінен төрт науқас, аш бала табылды. Бала ата-аналарымен бірге антисанитариялық жағдайда өмір сүріп келген, соңғы үш күн нәр татпаған. Үйдегі үлкен бала жеті жаста, қалғандары бес, төрт және де үште. Бала жүре алмайды, адамдардан қорқады, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі.*

Бірақ та осы жантүршігерлік сөйлемдер аз болғандай, олардың нашар халдегі суреттерін де жариялайды.

## Сурет 2.9 Екібастұзда табылған балалардың суреті



Дереккөзі: Tengrinews, 12.02.2022

Сөйлемдерден-ақ бала онсыз да ауыр халдегі екені көрініп тұр. Олардың суреттерін жариялау арқылы жаңалықты эмоциялық тұрғыдан күшейтіп, зерттеушілер және де ғалымдар атап көрсетіп кеткен қауіпті тенденцияға бас ұрып, этиканы өрескел бұзып отыр (Barry & Jempson, 2005k).

Этикалық мәселелер көтерілетін тағы бір мәселе — бала суициді жайлы жазу. Azattyq порталы жаңалықты толықтай ашып, егжей-тегжейін жазуға тырысады. Бірақ та осы бір кей жағдайда тиімді әдіс деп айта алмаймыз. Порталдағы суицидке қатысы бар жаңалықтарды топтастырып қарастырайық:

**“17 жастағы Даяна Әбдірахманова 2018 жылы қарашаның бір түнінде тоғызыншы қабаттан секіріп кеткен. Ол осы бір қадамға саналы түрде барғанын айтады.**

— **Қатты түңіліп кеттім. Ол түні үйдегілер ұйықтағанын күтіп, жақындарыма хат жаздым. Бәрі тез болды, басында қорықтым, кейін ары қарай бұлай өмір сүре алмайтынымды түсіндім. Терезеден бір адым аттасам, жағдайым жеңілдейтіндей көрінді. Осы оймен секіріп кеттім, —** дейді Даяна.

— **Осылай жалғаса берді. Қолымды кескім келмейтін. Қатты ауырады. Бірақ та ұнамаса да, паникалық шабуылдан құтылу үшін осылай жасайтынмын. Бұл күйден басқа даша қалай шығуға болатынын білмедім, —** дейді ол.

Байқап тұрғанымыздай, портал кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге суицидіне қатысы бар ақпарат таратқанда оқиғаны толық сипаттаудың этикалық және де психологиялық салдары жайлы ойлануы қажет етіледі. Нәтижесінде суицидті қалай жасағаны, қандай әрекеттерді іске асырғаны жайлы толық ақпарат беріледі. Ал осы бір өз нәтижесінде мақаланы

оқып, ауыр халде жүрген кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге кері ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін.

Осы орайда әдебиетке шолу бөлімінде сөз болған Вертер эффектісін еске алуға болады. Вертер эффектісі — белгілі бір адамның не болмаса адам тобының суицидін бұқаралық ақпарат құралдарында жариялау нәтижесінде пайда болатын суицидке жаппай еліктеу құбылысы. Бұқаралық ақпарат құралдарының әсерінен адамдар өз өзіне қол жұмсау қандай да бір проблемаларды шешу үшін қолайлы шешім ретінде ғана қабылдауына әкелуі мүмкін (Stack, 2003). Сол секілді ауыр күйзелісте жүрген бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен суицидтің нұсқаулығы секілді ақпаратты оқып, өзі де сол әрекетке баруы мүмкін. Суицид «романтизацияның» әсерінен де болуы мүмкін, бұқаралық санада өз өзіне қол жұмсау романтизацияның объектісіне айналып, ол да жаппай еліктеуге әкеп соғуы мүмкін. Егер де өз өзіне қол жұмсау жайлы ақпарат тым жиі не болмаса тым ұзақ уақыт аралығында жарияланып тұратын болса, адамдар осы бір құбылысты қалыпты нәрсе ретінде ғана қабылдай бастауы да әбден мүмкін. Ал кейде бір адамның өз-өзіне қол жұмсауы не болмаса қол жұмсау жайлы ойлары және де жоспарлары басқа да адамдардың да өз-өзіне қол жұмсау жайлы шешім қабылдауына әкелуі мүмкін (Stack, 2005с). Мысалы, ересектер тарапынан зорлық пен зомбылық көрген не болмаса буллингке ұшыраған бала туралы да айтайық. Осы орайда “буллинг дегеніміз не?” деген сұрақ туындайды.

Буллинг — зорлық пен зомбылықтың бір түрі. Ал зорлық пен зомбылық бала үшін қайғылы аяқталуы мүмкін. Оның өзін-өзі бағалауы, өз күшіне сенімділігі төмендейді. Қандай да бір невротикалық мінез-құлық, тәбеті мен ұйқысының нашарлауы орын алады. Өйткені оның өмірі ұжымдағы проблеманы шешуге бағытталады. Яғни бұл дегеніміз, оның оқуға, өзгелермен қалыпты қарым-қатынасқа уақыты қалмайды. Бұл проблемамен жұмыс істемеген жағдайда соңы неврозға, депрессияға, қандай да бір психикалық ауытқуларға, өкінішке қарай, суицидке де алып келуі мүмкін. Буллинктің осындай жағдайларға алып келген ситуациялары да болған.

Кейбір деректер бойынша 12% мектеп оқушысы буллингке тап болады десе, ал басқа деректерге сенсек, әрбір бесінші оқушы буллингтен зардап шегеді екен. Бірақ, жалпы алғанда, барлық зерттеулер бұл проблеманың бір реттік еместігін, керісінше, одан да көп екенін көрсетеді. Негізінен, бұл проблемаға назар аударатын уақыт келді. Бұл түсінікті заңға енгізу туралы да жұмыстар жүргізілуі керек, жүйелі түрде жұмысты және бағалауды бастаған жөн. Екіншіден, әрбір мектепке қолжетімді, олар өздеріне енгізе алатындай әмбебап бағдарламалар болуы керек. Бірақ бұл жерде буллинг объект болған балаға емес, сонымен қатар агрессорға да әсер ететінін түсінген жөн. Неліктен? Өйткені агрессор бала бұндай мінез-құлықты қалыпты жағдай деп қабылдайды және өз қалағанына өзгелерге зорлық көрсетіп қол жеткізуге болады деп ойлайды. Осы мінез-құлық моделін ол әрі қарай өзінің басқада қарым-қатынасында да қолданатын болады — отбасында, ер жеткенде, яғни, бұл адамның өмірінде, жұмысында, басқа қарым-қатынасындағы агрессияның орын

алатынын көруге болады. Сонымен қатар, бұл жағдай осы ситуацияның айналасындағы балаларға да әсер ететінін түсінген маңызды. Яғни бұл дегеніміз, куәгерлер. Олар бұл зорлық пен зомбылықты қолдайтын белсенді куәгерлер болуы мүмкін немесе жай ғана бақылап тұратын пассивті куәгер болуы мүмкін.

“Менің балама ештеңе болып жатқан жоқ қой” деген ойлар жиі кездеседі. Бірақ куәгер балаларда құрбанға айналу қорқынышы болуы мүмкін. Яғни бұл дегеніміз, объектіні ұжымнан алшақтатса да, проблема шешілген жоқ. Сондықтан оның орнына куәгерлердің бірі келуі мүмкін. Демек, олар бұл жағдайдан қорқуы мүмкін. Іштегі үрей оларға әсер ететін болады. Сонымен қатар, агрессорды іштей қолдайтын балалар да болуы мүмкін. Соңында оларды да агрессордікіндей нәтиже күтуі мүмкін.

Буллинг бар ұжымда оның салдары бәрі үшін болады. Сондықтан бәріне осы проблемамен айналысу маңызды. Буллинг әртүрлі көрініс табуы мүмкін. Қандай да бір әзіл, сарказм тіпті балағаттаудан бастап, баланың затын тартып алып, бүлдіріп, портфелін лақтырып, ұрып-соғып, зорлық пен зомбылық көрсететіндей физикалық әсер етуге дейін жетеді. Буллинктің көрініс табу спектрі үлкен.

Буллинктің себебі тек ғана құрбанда болатын жағдайлар өте сирек. Құрбанның орнына кез келген адамды тауып алуы мүмкін. Мына бала буллинг құрбаны болады, мына бала болмайды деп айтуға болмайды. Бұл нәрсе ұжымның құрылымына байланысты.

“Бұл сенің проблемаң, өзің шешімін тап” — деп бас тартуға болмайды. Бұл өте маңызды. Буллинктің динамикасы сондай — өзің шеш деп айтпай, ата-аналарда қатысу керек. Ата-ана бұл нәрсеге мұқият назар аударып, баламен бірге барып, ол жерде нақты не нәрсе болып жатқанын анықтап көру керек. Міндетті түрде сынып жетекшісін немесе басқа да осы сұраққа жауап бере алатын мектеп өкілін тауып, фактологияны жинастыру керек. Олай сөйледі, бұлай қарады деген эмоциямен емес, фактологиямен жұмыс істеу керек — қашан, не, қанша, кім қатысты қалай орын алды. Осы нәрселерді белгілеп алып, балаға бұл ситуацияда көмектесетін инструментті бірге табу керек. Көмек ала алмаған баланың эмоциялық жағдайы нашарлайды.

Сондай эмоциялық жағдайда жүрген бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен сондай проблемасы бар басқа да бала өзіне қол жұмсағанын оқитын не болмаса көретін болса, ол да бұны оңтайлы шешім деп қабылдайтынына ешқандай кепіл жоқ.

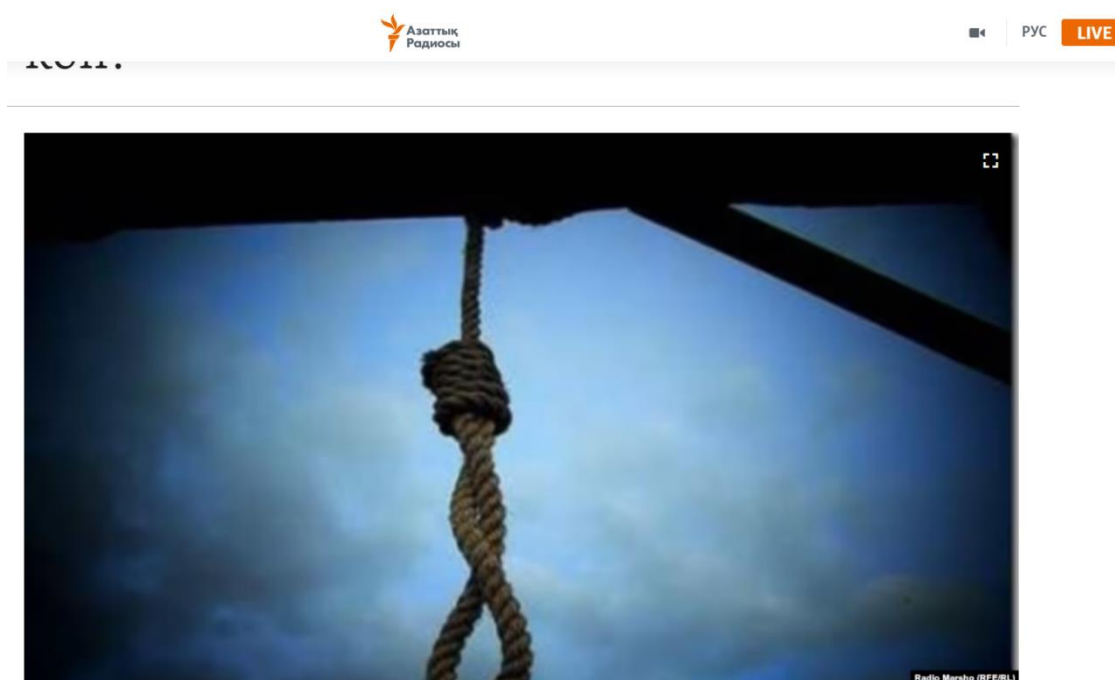
Вертер эффектісімен күресу үшін келесі шараларды қабылдау қажет:

- бұқаралық ақпарат құралдарында және де веб-сайттарда суицидті көрсету көлемін азайту;
- Суицидке қатысы бар этика ережелерін, соның ішінде өз өзіне қол жұмсау жайлы фотосуреттер және де мәліметтерді жариялауға тыйым салу;
- бұқаралық ақпарат құралдары және де веб-сайттардағы суицидтік ақпараттың мазмұнын бақылау;

- бұқаралық ақпарат құралдары өз өзіне қол жұмсау жайлы хабар таратуда өз жауапкершілігін сезінуі.

Сонымен қатар, өз өзіне қол жұмсау тақырыбы жайлы жазған кезде осы бір тақырып көптеген түсінбеушіліктерді тудыруы мүмкін. Сол себепті зерттеушілер және де ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өнім жасаушыларды осы тақырыпқа ден қойып, өз өзіне қол жұмсау мәселесін қалай көтеру керектігі жайлы білімін арттыруға шақырады (Armstrong, Vijayakumar, Pirkis, Jayaseelan, Cherian, Soerensen & Niederkrotenthaler, 2019a). Тіпті мақаланың визуал көркемділігі де сұрақтарды тудырады:

*Сурет 2.10 Azattyq порталының өз өзіне қол жұмсау жайлы көрнекі суреті*



*Дереккөзі: Azattyq, 10.09.2022*

Арқанның суретінің өзі визуалды код ретінде ғана жұмыс істейді. Сол себепті да осындай ауыр тақырыптар жайлы жазған кезде визуалды бейнелерге де мұқият болған жөн екен.

Порталдың тағы бір өз өзіне қол жұмсау жайлы жаңалығында мынадай көрнекі сурет қолданылады:

*Сурет 2.11 Azattyq порталының өз өзіне қол жұмсау жайлы көрнекі суреті*

Абай облысындағы ауылда 9-сыныптың екі оқушысы өзіне қол салып, біреуі көз жұмды



*Дереккөзі: Azattyq, 16.12.2022*

Байқап тұрғанымыздай, осы бір жердегі суреттің визуалды коды барынша бейтарап сарында. Бұл — жақсы тенденция. Зерттеушілер және де ғалымдар бұқаралық ақпарат құралдарында өз өзіне қол жұмсау жайлы жазғанда барынша абай болуға шақырады (Князева, 2017).

Бұған қоса алғанда, біздің медиада инклюзивтік мәселесі де қарастырылмаған. Мүгедек бала жайлы ақпарат таратқанда біз тағы да стереотипті “жәбірленуші образдың” (Choudhury, 2014m) шырмауынан шыға алмай қаламыз. Бұл Tengrinews порталының контентінің жақсы көрінеді: “Ақтөбедегі интернатта мүгедек балаларды ұрып-соққан тағы бір санитар сотталды”, “БҚО-да дәрігерлердің салғырттығынан шала туған нәрестенің қолы кесілді”. Мүгедек бала тақырыбы өте аз көтеріледі, бірақ соның өзінде біз оларға қатысы бар жасалған қылмыс мәселелері жайлы ғана айтамыз. Дей тұрғанмен де Azattyq порталы осы бір мәселеге келгенде жауапкершілікті қаттырақ сезілгендей. Tengrinews секілді осы бір порталда да мүгедек бала көрінісі мен репрезентациясы аз. Бірақ та портал өз мақаласында мәселені біркүндік ақпарат ретінде ғана ғана көрсетпей, оқиғаға сараптамалық реңк беруге тырысады. Бірақ та “Баламның сөйлегенін көргім келеді”. Ерекше бала баққан ата-аналардың арманы деген тақырыпшада көрініп тұрғандай, мақалада негізінен ересектердің ойы және де сөзі келтіріледі. Ал зерттеушілер және де ғалымдар бала тақырыбын көтергенде, әсіресе мүгедек бала жайлы айтқанда олардың жеке тұлға екенін де ұмыт қалдырмай, бала көзімен де көрсетуге шақырады (Teng & Joo, 2020b). Жалпы медиада мүгедек бала жайлы сөз қозғағанда, құрметті, қадір-қасиетті және де түсіністікті қамтамасыз ету үшін кейбір принциптер және де тәсілдерді ұстану маңызды. Кез келген бала бірегей және де оның жеке қажеттіліктерін, қабілеттерін және де жетістіктерін

ескеру маңызды. Жалпылау және де алдын ала бағалудан аулақ болыңыз және де олардың бірегейлігін түсініп, тануға тырысыңыз. Мүгедек кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге тіл тигізбейтін және де оларды құрметпен қарайтын риториканы қолдану қажет етіледі. Кемсітетін не болмаса қате терминдерді қолданудан аулақ болған жөн екен. Зерттеушілер және де ғалымдар арнайы терминдерді не болмаса жалпы қабылданған бейтарап тілді пайдалануды ұсынады. Медиа мүгедек бала өмірінің алуан түрлі сәттері және де көзқарастарын қамтуға ұмтылуы қажет етіледі. Бастысы мүгедек бала өзі жайлы не айтатынына, олардың жеке тәжірибесі және де пікірлеріне назар аудару қажет етіледі. Балаларға өз дауысы және де көзқарасын білдіруге мүмкіндік берген абзал. Медиа мүгедек кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қолдау көрсету және де олар туралы да жалпы білімді арттыруда маңызды рөл атқара алады. Осы орайда таптаурындар және де стереотиптерді бұзуға және де мүгедектік жайлы түсінікті кеңейтуге көмектесетін ақпарат берген жөн екен. Контент бәріне, соның ішінде кез келген мүгедек бала үшін қолжетімді болғаны дұрыс дейді ғалымдар. Ақпаратты түсіну және де қабылдауды жеңілдететін жазуларды, аудио сипаттамаларды және де басқа да құралдарды пайдалануға болады. Бұған қоса алғанда, медиада мүмкіндігі шектеулі бала жайлы сөз қозғағанда олардың жеке құқықтарын, жеке өміріне қол сұғылмаушылықты және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа жобаларға қатысу ниетін ескеру қажет екенін де есте ұстаған жөн екен (Barry & Jempson, 2005).

## КТК телеарнасына сапалық және визуал анализ

Әдебиетке шолу бөлімінде қарастырғанымыздай, бұқаралық ақпарат құралдарының баланы қандай да бір образдарда беруі кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар құқықтық проблемаларды шешуге және де қоғамның оларды қабылдауына да ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Бала — жеке тұлға. Оның құқығы бар. Ал “Дау-дамайсыз” бағдарламасы ең бірінші кезекте бала құқығын өрескел бұзады. Бала тақырыбына қатысы бар әр сюжетінде бала жүзі бүлдіратусыз, анық көрсетіледі:

*Сурет 2.12 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 14.10.2022*

Телеарна да осы образдарды пайдаланып, баланың бейнесін көрсеткен кезде “көздері жәутеңдеп” деген тіркестерді қосып, эмоциялық әсерді одан әрі күшейтуге тырысады.

*Сурет 2.13 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 29.04.2022*

Тіпті бағдарламаның бір санында “Алтын Орда базары маңындағы мекенде” деп, бала үйінің сырт бейнесін де көрсетеді.

*Сурет 2.14 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 29.04.2022*

Жүргізуші жағдайы нашар үйде тұрып жатқан бала қасына келіп, былай сұрайды:

— Жақсы ма осы үй, әлде жаман ба?

Бала да жауап береді:

— Шыдаймыз.

Балаларға осындай ауыр сұрақтар қою арқылы телеарна бағдарламаның эмоционалдық әсерін күшейткісі келеді. Зерттеушілер және де ғалымдар ұсынатын нұсқаулықта бала образын құрал ретінде ғана қолданбау керектігі анық айтылған (UNICEF, 2007p). Ал әрі қарай бала ата-анасы үйде жоқ екені, бала жалғыз екені анықталады. Балалардың үйінің қайда орналасқанын, көрінісі қандай екенін де көрсете отырып, олардың үйде жалғыз отыратындығын көрсету — үлкен қателік екенін де зерттеушілер және де ғалымдар да ескерткен болатын (Livingstone, 2016d). Ал Davies және де Mosdell (2005) сынды зерттеушілер және де ғалымдар да журналист мамандар баланың қауіпсіздігін ешқандай ұмытпауы қажет екенін де де алға тартады. Ал жоғарыдай визуал деректермен бөлісу — олардың қауіпсіздігіне зиянын тигізуі мүмкін. Бұған қоса алғанда, бағдарлама барысында баланың жүзін ақ және де қара фильтрлермен, аянышты музыканың сүйемелдеуімен көрсету арқылы бағдарлама тағы да эмоциялық әсерді күшейткісі келеді.

*Сурет 2.15 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 29.04.2022*

Жоғарыда келтірілген зерттеулер және де анализдер нәтижесінде бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа балаларды негатив сарында беруге әуес екендігі анықталды. Зерттеушілер және де ғалымдар да бір ауыздан келіскендей бала жайлы жазылған ақпараттар көп жағдайда жанжалды оқиғалардың төңірегінде (Davian, 2017f). “Дау-дамайсыз” бағдарламасы да осы жанжалды оқиғаларды алдыңғы қатарға шығарып, бала образын қолданады. Еліміздің бұқаралық ақпарат құралдары жайлы заңында кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар белгілі бір категорияға сай ақпарат таратуда жауапкершілікті қарастыратын өзгертулер енгізілген. Яғни бұл дегеніміз, идентификация жасауға мүмкіндік беретін бала жайлы кез келген биометриялық ақпаратты, жеке мәліметтерді жариялауға тыйым салынған. Алайда заң бойынша, баланың суретін ол ауыр және де аса ауыр қылмысқа кінәлі деп танылса қана бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа беттерінен ашық көрсете аламыз. Бірақ та, байқап отырғанымыздай, “Дау-дамайсыз” бағдарламасы бала образын оңды-солды қолданады. Қандай да бір ауыр халге түскен бала да бейнесін ашық көрсете береді. Мұндай кезде “ескеру қажет ең басты ереже — зияныңды тигізбе” екенін

де зерттеушілер және де ғалымдар да өз еңбектерінде атап көрсетеді (Barry & Jempson, 2005m). Яғни бұл дегеніміз, журналист бала жайлы жариялайтын ақпаратын өзгелер жақсы емес мақсатта да қолдануы мүмкін екенін де түсінуі қажет етіледі. Қиын жағдайға тап болған не болмаса зорлыққа ұшыраған бала жайлы ақпаратты таратқанда әрқашан сақ болу қажет етіледі. Журналистің алдында әрқашан дилемма тұратынын да зерттеушілер және де ғалымдар айқындаған (Gordon, Scraton & McAlister, 2015). Ол сенсациялық материалдар жариялағысы келеді. Ал бала – осындай сенсациялық материалдарды жасауға мүмкіндік беретін таптырмас құрал. Себебі осы бір тақырып әрқашан да жүрекке жақын. Адамдарды елжіретеді. Олар белсенді реакция көрсетіп, уайымдай бастайды. Яғни бұл дегеніміз, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар кез келген сенсациялық материалдар әрқашан өтімді. Сол себепті сенсациялық материал жасауға деген құлшыныс және де заңды және де этикалық нормаларды сақтау қажеттілігі арасында дилемма болады. Адамдардың назарын аудару, көп қаралым, лайк, репост жинауға деген құлшыныс қаншалықты жоғары болса да, зерттеушілер және де ғалымдар ең алдымен осы бір материал кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге зиянын тигізбей ме деп ойлану керек дейді (Barry & Jempson, 2005n).

*Сурет 2.16 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот  
Дереккөзі: КТК телеарнасы, 04.02.2022*



Баланың бет-жүзін ашық көрсетіп қана қоймай, телеарна бала образы таптаурындар және де стереотиптеріне бой береді. “Аксессуар образын” (Children Express, 1998) қолдану арқылы, ересектер сөйлеп жатқанда кезде балаларды олардың қасында ұстап, ересектердің эмоциялық сөзін бала образы арқылы одан әрі күшейтеді. Яғни бұл дегеніміз мұндай кадрларда баланың айтар, не болмаса көрсетер ешқандай идеясы жоқ, негізгі акцент ересек адамда. Бірақ та сол ересек адамның хикаясы өтімдірек болу үшін телеарна бала образын қолданады.

*Сурет 2.17 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 04.02.2022*

*Сурет 2.18 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*

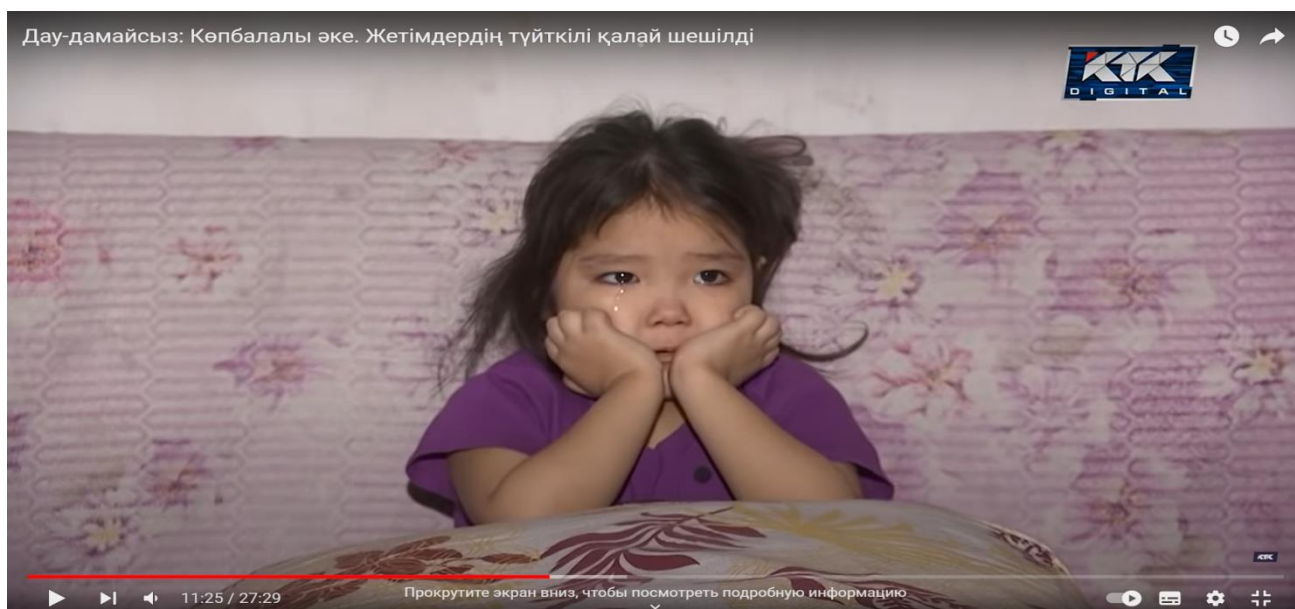


*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 18.11.2022*

Балалардың жылап отырған кадрларын да көрсету арқылы бағдарлама стереотипті “жәбірленуші образын” (Choudhury, 2014n) да өрбітеді. Әрі бала образын эмоция тудырушы құрал ретінде ғана эксплуатациялайды (UNICEF, 2007q).

Save the Children (1998) ұйымының зерттеуі нәтижесінде бала өздеріне де оларды мұндай бейшара халде көрінісі мен репрезентациялауы ұнамайтыны анықталды.

*Сурет 2.19 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 18.11.2022*

Ал бағдарламаның тағы бір санында көпбалалы ана көрсетеді. Кадрларда тағы да бала жүзі бұлдыратусыз беріледі. Балалардың әкесі “араққа сылқыя тойып,

бала-шағасын ұрып-соғады” деп камераға тіке айтып жатқанда бала жүзін де көрсете береді.

*Сурет 2.20 “Дау-дамайсыз” бағдарламасынан скриншот*



*Дереккөзі: КТК телеарнасы, 18.11.2022*

Осы орайда барлық журналист және де бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мамандарының өз жұмысында ең жоғары этикалық және де кәсіби стандарттарды ұстануға міндетті екенін де зерттеушілер және де ғалымдар да жиі алға тартады (Barry & Jempson, 2005o). Медиа ұйымдар бала құқықтарының бұзылуы жағдайларын және де бала қауіпсіздігіне, жеке өміріне қол сұғылмаушылыққа, қорғауға, білім алуға, денсаулығына және де әл-ауқатына, сондай-ақ оларға қарсы жасалған қылмыстың барлық түріне қатысы бар мәселелерді зерттеуді маңызды деп қарастыруы қажет етіледі. Балалардың жеке өміріне қол сұғылмаушылыққа толық құқығы бар. Журналистер төмендегі принциптерді ұстануы керек:

- Балаларға қатысы бар ақпарат тарату кезінде ақпараттың дәлдігі және де олардың құпиялығын сақтап, ең жоғары этикалық және де кәсіби стандарттарына қол жеткізуге ұмтылу;
- Балалардың жеке басына қауіп төндіретін фотосуреттерді жариялаудан аулақ болу;
- Балаларға қатысы бар жаңалықтар және де ақпараттарды таратқанда таптаурындар және де стереотиптер және де сенсацияны қолданбау;
- Бала жайлы кез келген материалды жариялаған кезде барлық ықтимал салдарды мұқият болжап, оларға қауіп төну мүмкіндігін минимумға дейін азайту;
- Егер де осы бір тек қана қоғамдық мүдде үшін жасалмаса, балаларды идентификациялауға мүмкіндік беретін дүниелерден аулақ болу;
- Балаларға мүмкіндігінше бұқаралық ақпарат құралдарында өз пікірін білдіру құқығын беру;
- Бала берген ақпаратты тәуелсіз тексеру және де ақпарат беретін бала қауіп-қатерге ұшырамауын қамтамасыз ету үшін арнайы сақтық шараларын қабылдау;

- Балалардың сексуалдық бейнелерінен аулақ болу, яғни бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа эксплуататорға айналып кетпеуі керек (Barry & Jempson, 2005p).

## Талдау және де нәтижелер

Әдебиетке шолу бөлімінде зерттеушілердің пікіріне тоқталып, бала көрінісі мен репрезентациясына қатысы бар әлемдегі жағдайға көз жүгірткен болатынбыз. Зерттеу еңбегінің барысында Қазақстан медиасындағы бала көрінісі мен репрезентациясы да осынау өзекті сұрақтарды тудырды. Azattyq, Tengrinews порталдары және де КТК телеарнасына жүргізген анализ барысында Қазақстан медиасындағы бала көрінісі мен репрезентациясының проблемалары анықталды. Екі портал да бала жайлы ақпарат таратқанда көбінесе жағымсыз жаңалықтар және де мақалаларды жариялайды. Бала жайлы ақпарат негізінен оларға қатысы бар жасалған қылмысқа бағытталғаны, жағымды және бейтарап образдардың аз екені белгілі болды. Зерттеу барысында балаларға қатысты ақпараттарды біз төмендегідей жіктеген болатынбыз: жағымсыз – баланы құрбан және де жәбірленуші образдарда көрсететін материалдар, бұл зорлық пен зомбылық не болмаса балаларды қорлаудың басқа да аспектілерін қамтуы мүмкін, мектептегі төбелес, есірткі, алкоголь не болмаса оқу үлгеріміндегі проблемалар сияқты мектеп ортасындағы мәселелер туралы да жаңалықтар, жазатайым оқиғалар, қайғылы оқиғалар, өрт не болмаса балаларға ықпалын да тигізіп, әсер еткен басқа да жазатайым оқиғалар туралы да жаңалықтар, кейбір аурулардың, эпидемиялардың не болмаса балалардың денсаулығының басқа да мәселелерінің таралуы туралы да жаңалықтар, із-түссіз жоғалған, ұрлап кеткен не болмаса басқа да қауіпті жағдайлардың құрбаны болған балалар туралы да жаңалықтар; жағымды – балалардың қандай да бір жеткен жетістігі, ерлік әрекеттері не болмаса шығармашылығы секілді ақпарат, тамаша оқу нәтижелеріне қол жеткізген, беделді шәкіртақы алатын не болмаса ғылыми, әдеби жарыстарда жеңіске жеткен балалар туралы да жаңалықтар, жас спортшылардың ұлттық және халықаралық деңгейде өнер көрсетіп, жарыстарда жеңіске жетіп, жаңа рекордтар орнатуы туралы да жаңалықтар, музыкада, өнерде, әдебиетте не болмаса басқа да шығармашылық салаларда дарындылығын көрсететін, жүлделерге ие болған, сахнада өнер көрсеткен балалар туралы да жаңалықтар, балалардың қайырымдылық істерге белсенді қатысуы, мұқтаждарға көмектесуі, жергілікті қоғамдастықтарда волонтерлік қызметі және қоғамға оң үлес қосуы туралы да жаңалықтар, ғылыми жаңалықтар: ғылыми жаңалықтар ашып, эксперименттер жүргізетін не болмаса ғылыми прогрес пен инновацияны алға сүйрейтін, жаңа технологияларды әзірлейтін балалар туралы да жаңалықтар және тағы басқалары; бейтарап – жоғарыда келтірілген тақырыптарды қамтымайтын, яғни балалар туралы да я проблеманы, я жетістіктерін айтпайтын жалпылама жаңалықтар, көбінесе бұл білім саласындағы өзгерістер мен денсаулық тақырыбы бойынша балаларға қатысы бар жалпы жаңалықтар мен мақалалар. Нәтижесінде жағымсыз мәндегі жаңалықтардың саны көп екені белгілі болды.

Зерттеушілер және де ғалымдар айқындап берген жәбірленуші образбен қатар (Choudhury, 2014o), бала сүйкімді образдарын да жиі береді. Яғни бұл дегеніміз Қазақстан медиасында бала құрбан күйінде не болмаса ересектерді

сүйсіндіретін сүйкімділер ретінде ғана көрініс табады. Ересектерді сүйсіндіретін сүйкімділермен қатар, ересектердің қасындағы “аксессуар бала” (UNICEF, 2007r) іспетті образдарды да байқадық. Ал бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала образының көрінісі ересектердің кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге деген қарым-қатынасына тікелей ықпалын да тигізіп, әсер етеді (Choudhury, 2014p).

Tengrinews және де Azattyq порталдарына жасалған зерттеу нәтижесінде екі порталда да бала жайлы жаңалықтар оларды көбінесе «жәбірленуші, бағынушы» образдарда көрсететіні анықталды (Choudhury, 2014q). Осы арқылы баланың жағымды көрінісі мен репрезентациясын қолға алу керектігі айқындалады. Осыған дейін де айтып өткеніміздей, қазіргі әлемде бұқаралық ақпарат құралдары адамдардың әртүрлі топтары туралы да қоғамдық пікір мен идеяларды қалыптастыруда орасан зор рөл атқарады. Дей тұрғанмен, балаларға келетін болсақ, позитивті көрінісі мен репрезентацияға ерекше назар аудару қажет етіледі. Бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың оң имиджін қалыптастыру стереотиптерді, алдын ала теріс пікірлерді жоюға көмектеседі және балалардың бойында өзін-өзі бағалау мен медианы сауатты тұтыну сезімін дамытуға ықпал ететін болады. Бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың позитивті көрінісі мен репрезентациясын арттырудың бірінші қадамы балалардың әртүрлі және шабыттандыратын бейнелерін ұсыну болып табылады. Әртүрлі жастағы, нәсілдегі, этникалық топтағы, жыныстағы, әртүрлі физикалық және интеллектуалдық қабілеттері бар балаларды көрсету маңызды. Бұл әртүрлілік балаларға олардың жеке ерекшеліктеріне қарамастан табысты және маңызды бола алатынын түсінуге көмектеседі (UNICEF, 2007s). Зерттеу жұмысында «жәбірленуші, бағынушы» образдардың (Choudhury, 2014r) бар екені талданған болатын. Сол себепті балаларды стереотиптен аулақ ұстап, оларға нақты және күрделі рөлдерді беру қажет етіледі. Балаларды көшбасшылар, зерттеушілер, ғалымдар, спортшылар және т.б. ретінде ғана көрсетуге болады. Әртүрлі рөлдерді ұсыну арқылы балаларға әртүрлі салаларда өзін көруге және олардың әлеуетін дамытуға көмектеседі. Яғни бұл дегеніміз, масс медиа беттерінен балалар өздері туралы да және өздерінің мүмкіндігі кең туралы да көбірек білетін болса, бұл оларға сенімділік береді. Осы орайда, әдебиетке шолуымызда қарастырғандай, бұқаралық ақпарат құралдарында балалардың оң өкілдігін арттырудың тағы бір маңызды аспектісі — балалардың контент жасауға белсенді қатысуы. Балаларға балалардың көзімен қарау маңызды, бұл олардың бұқаралық ақпарат құралдарында қалай көрсетілуіне әсер етуіне мүмкіндік береді. Ол сондай-ақ ересектерге балалардың шындықтары мен қажеттіліктерін дәлірек түсінуге көмектеседі. Балаларға қатысты контенттің мазмұны мен сапасы да балалардың бұқаралық ақпарат құралдарында позитивті көрінісі мен репрезентациясын арттыруда маңызды рөл атқарады. Зерттеушілер бұқаралық ақпарат құралдары балаларға эмоционалды интеллект, төзімділік пен айырмашылықты құрметтеуге ықпал ететін, шабыттандыратын және жағымды оқиғаларды ұсынуы керек дейді (UNICEF, 2007t). Позитивті бейнелер мен оқиғалар балалардың өзін өзі

дамытуға және қоршаған әлеммен жағымды қарым-қатынас орнатуға көмектеседі. Сонымен қатар, ата-аналар, жалпы ересектер балалардың бұқаралық ақпарат құралдарында позитивті көрінісі мен репрезентациясын арттыруда маңызды рөл атқара алады. Олар балалармен бұқаралық ақпарат құралдарында көргендерін талқылай алады, стереотиптерді талдай алады және шындық экранда көрсетілгеннен әлдеқайда әртүрлі және қызықты болуы мүмкін екенін көрсете алады. Өйткені бала туралы да контентті ұсынған кезде әр масс медиа әртүрлі ақпарат таратады. Әр масс медиа бала образын әртүрлі мақсатта қолданады.

Tengrinews порталы мемлекет тарапынан тапсырыс алатын жекеменшік бұқаралық ақпарат құралдары өкілі ретінде ғана бала образын мемлекеттік қызметкерлердің образын аудитория үшін жұмсартуға да қолданады. Клещенко (2019g) айтқандай, бала образын саяси сарында қолдану арқылы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа оларды таптырмас құралға айналдырып отыр. Нәтижесінде, біз байқап тұрғанымыздай, порталдарда әкімдер және де ішкі істер органының қызметкерлерінің арасындағы қарым-қатынас жиі бой көрсетеді.

Зерттеу ақтаңдақтары да белгілі болды. Суицид жайлы жазған кезде бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа контент өндірушілердің этикалық тұстарды жіті ескермейтіні анықталды. Зерттеушілер және де ғалымдар да осы мәселені көтеріп, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа мамандары үшін осы бір сұрақтарды жауапкершілікті сезіну керектігін жазған (Armstrong, Vijayakumar, Pirkis, Jayaseelan, Cherian, Soerensen & Niederkrotenthaler, 2019b). Біз зерттеген порталдар үшін де осы мәселені алдыңғы қатарға шығару қажет етіледі. Әсіресе Azattyq порталы бала суициді жайлы айтқан кезде толық сипаттама жасап, өз өзіне қол жұмсаудың нұсқаулығы секілді ақпараттарды таратады. Бала өлімі — журналист жаза алатын ең қайғылы және де ауыр тақырыптардың бірі. Оқиғаның қатысушылары және де жалпы қоғам үшін, әсіресе медиадағы бала образы үшін жағымсыз салдардың алдын алу үшін осы бір тақырып журналистерден ерекше жауапкершілікті талап ететін болады. Балалардың өлімі жайлы ақпарат тарататын журналист мамандар жоғары этикалық және де кәсіби стандарттарды сақтауы қажет етіледі. Бұл материалдар оқиға ықпалын да тигізіп, әсер еткен адамдарға және де қоғамдық пікірге елеулі ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін екенін де есте ұстауы қажет етіледі. Сол себепті журналист мамандар қайтыс болған бала туыстары және де жақындарына қайғы-қасірет әкелетін сенсациялық тақырыптар және де суреттерден аулақ болғаны жөн екен. Сондай-ақ құпиялылықты сақтауды ұмытпаған жөн екен. Журналистер қайтыс болған бала және де олардың отбасылары жайлы жеке ақпаратты олардың келісімінсіз жария етпеуі қажет етіледі. Бұл оқиғаға қатысушылардың құқықтары және де сезімдерін қорғау үшін ғана емес, жалпы журналистік кәсіпке деген халықтың сенімін сақтау үшін де маңызды.

КТК телеарнасын зерттеу барысында балалар образы таптаурындар мен стереотиптер шырмауында қалғаны белгілі болды. “Дау-дамайсыз”

бағдарламасы бала туралы бағдарлама жасағанда балалардың бейнесін анық көрсетіп, құқығын жиі бұзады. Сонымен қатар, бала образы тек қана бала тақырыбына арналған бағдарламаларда ғана емес, өзге де бағдарламаларда қолданылады. Қандай мақсатпен? Әртүрлі таптаурындар мен стереотиптерді өндіру арқылы эмоциялық әсерді күшейту үшін. Бағдарламаның көптеген бөлімінде жылаған бала образы жиі кездеседі. Мұндай образ негатив көрінісі мен репрезентацияның ең көп тараған түрлерінің бірі. Журналистер мұндай образды эмоция тудырушы құрал ретінде ғана қолданады. Алайда, өкінішке қарай, баланың жағдайы жайлы ешкім ойламайды. Эмоциялық әсерді күшейту үшін эфирде бала көрген зорлығы жайлы да толық сипаттама беріледі. Ал осы бір кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге кері ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Ұлыбританияда бала арасында жүргізілген сауалнама нәтижесі бойынша, журналист мамандар өз материалдарын тиімді қолдану үшін ештеңеден жасқанбайды, сұхбат берген баланың абыройына нұқсан келуі мүмкін ғой деп ойланбайды деген пікірлер көп айтылған (UNICEF, 2007u). Иә, әрине, бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды құрбан, жәбірленуші, материалдық жағдайы төмен және бақытсыз етіп көрсеткенде, бұл көрермендердің жанашырлығы мен аянышын тудыруы мүмкін. Қоғам балалардың жағдайына алаңдап, көмектесу не болмаса өзгеріске ниетті болуы мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация қоғамның назарын кейбір балалар кездесетін проблемаларға аударып, әлеуметтік теңсіздіктер мен әділетсіздіктер туралы да хабардар болуына ықпал ететін болады. Дей тұрғанмен, ескеру қажет бірқатар аспекті бар: балаларды тек негативті образдарда көрсете беру олардың стигматизациялануына әкеліп соғады және теріс стереотиптерді күшейтеді. Бұл олардың қабілеттерін, әлеуетін және ресурстарын түсінуді шектеуі мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация балалардың белсенді рөлі мен өмірін өзгерту процесіне қатысуын атап көрсетудің орнына, пассивацияға және балаларды үмітсіз көмек объектілері ретінде ғана көрсетуге әкелуі мүмкін. Анализ барысында байқағанымыздай, балалар қатысуымен жасалған “Даудамайсыз” бағдарламасының бөлімдері көп жағдайда балалар турала стигматизациялық ойларды тудырады. Сонымен қатар, негативті образдарда ұсыну қоғамдағы балалардың жалпы бейнесін бұзады. Балалардың әртүрлі қызығушылықтары, қабілеттері мен жетістіктері бар, олар да бұқаралық ақпарат құралдарында көрсетілуі қажет етіледі. Олардың өмірі кедейлік пен қиыншылықпен шектеліп қалмай, олардың жан-жақты дамуы, білім алуы, ойынау құқығы, жетістіктері, отбасы мен қоғамдағы қарым-қатынастары болуы қажет етіледі. Ересектерге қатысы бар тақырыптарды көтерген кезде бағдарлама авторлары күнәсіз балақайлар образын қолданып, балаларды ересектерге қосымша ретінде ғана ұсынады. Ересектер өз проблемасы жайлы айтқанда балаларын жанында алып жүреді не болмаса бала тобының арасында отырады. Бұл да бала образын қолдану деген сөз. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында ересектерге арналған аксессуар ретінде ғана (Children Express, 1998), қосымша ретінде ғана ұсынғанда, бұл олардың даралығы мен кімдігін тұншықтырады. Олар өз мүдделері мен қажеттіліктері бар тәуелсіз тұлғалар

ретінде ғана емес, «кішкентай ересектер» не болмаса ата-аналардың образының бөлігі ретінде ғана ұсынылуы мүмкін. Мұндай көрінісі мен репрезентация балалардың өзін-өзі көрсетуін және жеке тұлғасының дамуын шектей алады. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында тек ересектерге арналған аксессуар не болмаса қосымша ретінде ғана емес, өз пікірі, идеясы, құқығы бар қоғамның белсенді қатысушылары ретінде ғана көрсету қажет етіледі. Балаларды бұқаралық ақпарат құралдарында көрсету кезінде олардың қажеттіліктерін, қызығушылықтары мен қабілеттерін ескеру қажет. Балалар олардың нақты өмірлік тәжірибесін көрсететін және олардың қоғам мүшелері ретіндегі маңыздылығын мойындайтын әртүрлі рөлдерде ұсынылуы қажет етіледі. Оларды бұқаралық ақпарат құралдарында ересектерге арналған аксессуарлар мен қосымша ретінде ғана көрсету де олардың қоғамдағы рөлі мен құндылығын қабылдаға кері әсер етуі мүмкін. Егер де балалар үнемі өздерін басты мақсаты ересектер әлемін безендіру не болмаса бағыну болып табылатын кішігірім кейіпкерлер ретінде ғана көретін болса, бұл олардың амбицияларының шектелуіне әкелуі мүмкін. Сүп-сүйкімділер бала образы бағдарламада жиі қолданылатындардың бірі. Бағдарлама контекстіне сай келмесе де, бала ойнап бетін тыржитқанын не болмаса тілін көрсеткен эпизодтарын ірі планмен беру арқылы бала образы тағы да таптаурындар және де стереотиптер шырмауында қалып отыр. Балаларды тек сүйкімді объект ретінде ғана көрсету оларға деген объективті қабылдауға және олардың даралығы мен құқықтарын елемей әкелуі мүмкін. Бұл балалардың қоғамдағы рөлі туралы да түсінікті тарылтып, олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясының алуан түрлілігін шектей алады. Сонымен қатар, мұндай көрініс балалардың сыртқы түрі мен мінез-құлқына байланысты стереотиптер мен күтілетін нәтижелерді де күшейте алады. Балалардың өз мүдделері, қажеттіліктері мен құқықтары бар қоғамның белсенді қатысушылары екенін есте ұстаған жөн. Олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы олардың жан-жақты дамуын ескеріп, даралығын құрметтеуге тиіс. Балаға тікелей қатысы бар мәселенің бәрі баланың өз тарапынан емес, ересектер тарапынан баяндалады. Баланың ойын баланың өзі емес, ересек жеткізеді. Бала бар болғаны үнсіз ғана бас шайқап отырады. Инклюзивтілік мәселесі де өте өзекті. Алайда бағдарлама авторлары мүгедек бала образын берген кезде тағы да таптаурындар және де стереотиптерге ұрынады. Мүгедек балаларды аянышты кейіпте көрсетіп, тіпті мұңды визуал және де әуенді де қолданады. Зерттеушілердің пікірінше, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа өкілдері мүгедектерді бейшара образдарда беріп, ақпарат тұтынушылардың аяушылық сезімдерін оятуға әуес. Мүгедек адамдары, соның ішінде балаларды сипаттау кезінде қолданатын сөздер оларға деген көзқарасты жақсы жаққа өзгертуге және де тереңірек түсінуге ықпал етеді не болмаса керісінше оларға деген теріс пікірдің және де олардың мүмкіндіктері жайлы білімсіздіктің сақталып қалуына ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады. Мүмкіндігі шектеулі адамдар жайлы қате ой тудыратын не болмаса оларды ренжітетін сөздерді теріс не болмаса астарлы мағынада қолданылды ма әлде жоқ па соны ойланған

дұрыс. Сіз дұрыс деп танылған арнайы терминологияны қолдандыңыз ба не болмаса сіз негізінен жиі қолданылатын сөздерді, қорлау не болмаса әдепсіз болуы мүмкін таптаурындар және де стереотиптерді пайдаландыңыз ба? Яғни бұл дегеніміз мұңды визуал мен сүйемелдеудің қаншалықты дұрыс екенін және оларға қалай әсер ететінін ойланған жөн. Егер де күмәндансаңыз, сарапшымен, сондай-ақ мүгедек баланың өзімен де кеңесуге болады (Barry & Jempson, 2005q).

Жалпы алғанда, Қазақстан медиасында инклюзивтілік мәселесі кең таралмаған. Мүгедектігі бар бала және де басқа да осал топтағы бала жайлы ақпарат және де жағымды көңіл күй өте сирек беріледі. Берген күннің өзінде олардың образы тағы “жәбірленуші образдар” (Choudhury, 2014s) және де таптаурындар және де стереотиптердің шырмауынан шыға алмай қалады. Зерттеушілер және де ғалымдар этика теориясына сүйене отырып, мүгедектер жайлы хабар таратуда стереотипті образдардың олардың көрінісі мен репрезентациясына кері әсерін айтқан болатын (Bie & Tang, 2015b).

Бұл мәселе біз зерттеген телесюжеттерде ерекше өте өткір сезілді. КТК арнасы бала жайлы ақпарат таратқан кезде олардың бет-бейнесін ашық көрсетіп, ауыр халге түскен кішкентай бүлдіршіндер бар кадрларды аянышты музыкамен де сүйемелдейді. Әрине, ата-аналары не болмаса қамқоршысы балаларды түсіруге рұқсат берген болуы мүмкін. Бірақ та заң рұқсат берген әр уақытта этикаға сай бола бермеуі мүмкін. Бұл сюжеттер арқылы әр кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге да зиян келді. Олардың жүздерін танып қойғандар тарапынан психологиялық қысым болмайтына ешқандай кепілдік жоқ. Достары және де сыныптастары мазақ қылса, бала қандай күйде болады? Есейгенде де осы бір инцидент олардың алдынан шығып, қиын жағдайға қалдырмай ма? Сенсация және де рейтингке деген құмарлықтың салдары осындай мәселелерге әкеп соғуы мүмкіндігін назардан тыс қалдырмау керек (Barry & Jempson, 2005r). ҚР бұқаралық ақпарат құралдары жайлы заңында бала бейнесін ата-анасының не болмаса қамқоршысының рұқсатымен жариялауға болатыны айтылады. Ал бала пікірін ескеру міндетті емес.

Дей тұрғанмен де, ата-ана не болмаса қамқоршы бала образын ашық қолданудың, негатив көрінісі мен репрезентациясының салдары жайлы ойланбауы мүмкін. Сол себепті журналист осы бір жерде этикалық нормаларды еске алып, баланың да мүддесі жайлы ойлауы қажет етіледі. Ғалымдар да бала келісім беретін жасқа жетпес бұрын олардың бейнесін бергенде абай болу керек деп есептейді (Davian, 2017g). Осы орайда бұқаралық ақпарат құралдары тарататын кез келген ақпаратына жауапты екенін де түсіну қажет етіледі. Әсіресе, бала жайлы материал дайындауда олардың мүддесі алдыңғы қатарда болуы тиіс. Бірақ та, өкінішке қарай, дәл осы бағдарламада аясында медиадағы бала образының көрінісі мен репрезентациясын қарастыратын болсақ, бірқатар проблема бар екенін де анықтауға болады. Бала — қоғамдағы осал топтардың бірі. Балалардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы олардың өзін және де қоршаған әлемді қабылдауына айтарлықтай ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін. Осыған дейін медиада

балаларды жағымсыз образдарда жиі беретініне көзіміз жетті. Сол себепті қазір біз бала образының жағымды көрінісі мен репрезентациясына ұмтылуымыз қажет етіледі. Бірақ та жағымды көрінісі мен репрезентация дегеніміз қайтадан стереотипке бас ұрып, балаларды «мінсіз бала образында» беру керек деген сөз емес. Себебі мұндай стереотипті образ шынайы өмірге сай келмеуі мүмкін және де осы бір образға сәйкес емес бала өзін өзі бағалауына теріс ықпалын да тигізіп, әсер етуі мүмкін (UNICEF, 2007v). Бала образы көрінісі мен репрезентациясының таптаурындар және де стереотиптері осыдан ондаған жылдар бұрын көтерілген өзекті тақырыптардың қатарында болғанын айттық. Бірақ та уақыт өте келе осы бір проблеманың аяқ алысы айтарлықтай бәсеңдеді деп айта алмаймыз, өйткені шолу және зерттеу жұмысы барысында аталған мәселенің соңғы жылдардағы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа және де бала тақырыбындағы еңбектерде де көптеп көтерілетінін аңғаруға болады. Өлі күнге дейін медианың қоғамдық пікір және де таптаурындар және де стереотиптердің, соның ішінде кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қатысы бар пікірдің қалыптасуына ықпалы зор. Кейбір бұқаралық ақпарат құралдары өз материалында бала үнемі ересектер тарапынан қадағалауды қажет ететін тәуелділер ретінде ғана бейнелейді. Комедиялық шоулар және де жарнамаларда бала көбінесе әзіл-оспақ не болмаса күлкілі жағдайлардың көзі ретінде ғана көрсетіледі. Бұл бала еркелігі және де аңғалдығын идеализациялауға, сондай-ақ бала тек ересектердің көңіл көтеруіне арналған деген стереотиптің сақталуына әкелуі мүмкін. Бұл стереотиптің қарама-қайшы жағы да бар: фильмдер және де телешоуларда бала кейде ерекше дарынды, ақылды және де қиындықтарды жеңе алатын шектен тыс мықты адамдар ретінде ғана бейнеленеді. Бұл бала қабілеттерінің шындыққа жанаспайтын бағасы және де осы стандарттарға сәйкес келмейтін басқа да балаларда алуан түрлік комплекстер туындауы мүмкін (UNICEF, 2007w). Бала образының жағымды көрінісі мен репрезентациясын көбейту үшін олардың өмірінің алуан түрлі аспектілерін қамту қажет етіледі. Егер де мысал келтіретін болсақ, медиада бала хоббиі, олардың қызығышулықтары, жеке көзқарасы және де жаңашыл ойлары, спорт, өнер секілді өмірдің алуан түрлі салаларында қалай дамып, қалай жеке тұлға ретінде ғана қалыптасып жатқанын көрсеткен жөн екен. Баланы жеке тұлға ретінде ғана қабылдап, олардың құқығын бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа алаңда сыйлап үйренсек, бала жағымды көрінісі мен репрезентациясын да көтеріп үйренеміз (UNICEF, 2007x).

Бұған қоса алғанда, бала алуан түрлі тобының мәдени айырмашылықтары және де ерекшеліктерін де білу маңызды. Бала көрінісі мен репрезентациясы нақты аудиторияға бейімделіп, олардың дүниетанымы және де мәдени құндылықтарын ескеруі қажет етіледі. Инклюзивтілік секілді маңызды тақырыптарға келгенде бала образын тек қана бір қырынан емес, аянышты образдарда емес, барынша жан-жақты беру қажет етіледі. Яғни бұл дегеніміз бала бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа алаңдағы көрінісі

олардың жас, жыныс, нәсіл, ұлт, физикалық және де психологиялық ерекшеліктеріндегі айырмашылықтарын көрсеткені маңызды.

Балаларға қатысы бар таптаурындар мен стереотиптер және де немқұрайлылықтан аулақ болу керек, және де шынайы образдарды алдыңға қатарға шығарған жөн екен. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала көрінісі мен репрезентациясының этикалық және де моральдық аспектілерін де ескеру маңызды. Бала медиада тек қана қанау және де зорлық пен зомбылық объектілеріне айналмауы керек, олардың құқықтары және де мүдделері қорғалуы керек (Barry & Jempson, 2005s). Кейбір бұқаралық ақпарат құралдарында бала образы бейтарап емес екенін де ескерген жөн екен. Анализ барысында талдағанымыздай, бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа балаларды идеологиялық және де саяси көзқарастарды тарату үшін пайдаланады. Балалардың өз мүдделері, қажеттіліктері мен құқықтары бар қоғамның белсенді қатысушылары екенін есте ұстаған жөн. Олардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы олардың жан-жақты дамуын ескеріп, даралығын құрметтеуге тиіс. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды сүйкімді объект ретінде ғана көрсету балалар образын, балалық шақ образын коммерцияландыру мен тұтынушылық көзқарасты тудыруы мүмкін. Сүйкімді балалардың суреттерін пайдалану маркетинг пен жарнаманың мақсатына қызмет ете алады, мұнда балалар сату және тұтыну объектілеріне айналады. Бұл балалар үшін сұлулық пен мінез-құлықтың шынайы емес стандарттарын тудыруы мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдары қоғамдық пікір мен балалар туралы да түсінікті қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Олар балалар жайлы стереотиптер мен идеяларға, соның ішінде балаларды сүйкімді объект ретінде ғана көрсету арқылы әсер ете алады. Сондықтан стереотиптерді күшейтпеу және балалар жайлы шынайы картинаны беру және олардың мүмкіндіктерін шектемеу үшін материалдарды, суреттер мен хабарламаларды таңдауға жауапкершілікпен қараған этикалық принциптерге сай болар еді. Бұқаралық ақпарат құралдарында балаларды таныстыру кезінде олардың құқықтарын қорғаудың этикалық стандарттарын сақтау маңызды. Балалардың құрметке, қадір-қасиетіне құрметпен қарауға және қанаудан қорғалуына құқығы бар. Сондықтан балалардың бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі мен репрезентациясы әділдік, теңдік және олардың құқықтарын құрметтеу қағидаттарына негізделуі қажет етіледі. Медиада бала имиджін көтергіміз келсе, сүйкімділер секілді таптаурындар және де стереотиптерден барынша аулақ болу қажет етіледі.

Осы орайда зерттеу еңбегінің басында Пранита Чоудхуридің «Медианың кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге әсері» мақаласында балаларды көбінесе “үнсіз құрбандар” не болмаса “сүйкімді кінәсіздер” образында берелетінін айтқанымызды еске алайық (Choudhury, 2014t). Байқап отырғанымыздай, біздің медиада да осы проблема ең жоғарғы дережеде екені анықталды. Жалпы, бала медиадағы көрінісі мен репрезентациясы — бүкіл қоғамның назары және де қатысуын қажет ететін күрделі мәселе. Балалардың

мүдделері және де құқықтарын ескеріп, олардың жеке кеңістігін құрметтеп және де шынайы әрі жағымды образдарды трансляциялауымыз қажет етіледі. Тек осы жағдайда ғана бала салауатты дамуына және де олардың дүниетанымының дұрыс қалыптасуына ықпал ететін бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа аланды құруға болады. Осы орайда зерттеушілер және де ғалымдар бала жайлы ақпарат таратқанда тек қана жағымсыз, стереотипті образдарды қолданбай, бала құқығы жайлы Конвенцияның тарауларында көтерілген тақырыптар жайлы да ақпарат таратуға кеңес береді (UNICEF, 2007у).

*Кесте 3.1 Бала құқықтары жайлы Конвенцияның қысқартылған нұсқасы*

## **Бала құқықтары жайлы Конвенцияның қысқартылған нұсқасы**

### **1. Бала туралы да мәлімет**

18 жасқа толмаған кез келген адам өз елінің заңы бойынша бала болып табылады және де осы Конвенцияда белгіленген құқықтарға ие.

### **2. Кемсітушілікке жол бермеу**

Кез келген бала нәсіліне, түсіне, жынысына, тіліне, дініне, байлығына не болмаса әлеуметтік тегіне қарамастан, осы Конвенцияда көрсетілген барлық құқықтарға ие. Ешкімді кемсітуге болмайды.

### **3. Баланың мүддесін қорғау**

Шешім қабылдау кезінде мемлекет бала мүдделерін қамтамасыз етіп, оларды ерекше қорғау және де қамқорлықпен қамтамасыз етуге міндетті.

### **4. Құқықтарды жүзеге асыру**

Үкіметтер елдегі кез келген баланың Конвенцияда көрсетілген құқықтарды пайдалана алуын қамтамасыз ету үшін бар күш-жігерін салуы қажет етіледі.

### **5. Баланы отбасында тәрбиелеу және де баланың қабілетін дамыту**

Мемлекет баланың даму ерекшеліктерін ескере отырып, бала тәрбиесіндегі ата-ананың құқықтарын, міндеттері және де жауапкершілігін құрметтеуге тиіс.

### **6. Өмір сүру және де даму құқығы**

Кез келген баланың өмір сүруге құқығы бар, ал мемлекет баланың психикалық, эмоционалдық, зияткерлік, әлеуметтік және де мәдени дамуына қолдау көрсету арқылы оның қауіпсіз және де салауатты дамуын қамтамасыз етуге міндетті.

### **7. Аты және де ұлты**

Кез келген баланың туған кезде есімі және де азаматтығына құқығы бар, сондай-ақ ата-анасын білуге және де олардың қамқорлығын алуға құқығы бар.

### **8. Даралықты сақтау**

Үкімет баланың жеке басын, оның ішінде атын, азаматтығын және де туыстық байланыстарын сақтау құқығын құрметтеуге тиіс. Егер де бала оларды жоғалтса, мемлекет мүмкіндігінше тезірек сауығып кетуіне көмектесуі қажет етіледі.

### **9. Ата-анасынан бөлінуі**

Баланы ата-анасынан ажыратуға болмайды, осы бір оның мүддесін қорғау үшін ғана жасалуы мүмкін. Егер де мысал келтіретін болсақ, егер бала ата-анасының тиісті қамқорлығын алмаса не болмаса ата-анасы кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қиянат жасаса. Егер де бала ата-анасының біреуінен не болмаса екеуінен де айырылса, олармен үнемі кездесуге құқығы бар (осы бір баланың мүдделеріне қайшы келетін жағдайларды қоспағанда). Егер де бала үкіметтің шешімі нәтижесінде ата-анасының біреуінен не болмаса екеуінен де айырылса, мемлекет кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге ата-анасының мекен-жайы туралы да ақпарат беруге міндетті (егер кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен

*Дереккөзі: UNICEF, 29.04.2023*

## Қорытынды

Зерттеу еңбектерін саралай келе және де еліміздің бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа құралдарына анализ жасау арқылы бала образының медиадағы көрінісі мен репрезентациясы өте өзекті, бірақ аз көтерелетін тақырыптардың қатарынан екенін де аңғаруға болады. Зерттеу жұмыстары негізінен батыс елдерінің тәжірибесімен бөліседі. Сол себепті біз ғылыми жұмысымыз арқылы Қазақстандағы ахуалды зерттеп көруге ұмтылдық. Сандық контент анализ, сапалық контент анализ, визуал анализ арқылы зерттеу жүргізіп, еліміздегі бала образының медиадағы көрінісі мен репрезентациясының проблемаларын анықтадық.

Болашақта осы сарындағы бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа зерттеулері біздің елімізде де көптеп жүргізіледі деп үміттенеміз, өйткені бала тақырыбы әрі қарай да жіті анализді талап ететін болады. Егер де елімізде осы бір тақырып жиі көтеріліп, бала образы көрінісі мен репрезентациясы проблемаларына назар аударту үшін жергілікті бұқаралық ақпарат құралдарына мониторинг, контент анализ жасалып, нәтижелері еліміздегі журналисттер үшін қолжетімді түрде ұсыну өте тиімді болар еді. Егер де осы бір проблеманы нақты зерттеулердің көмегімен жеткізетін болсақ және де маңыздылығын айқындасақ, журналисттер де жауапкершілікті толықтай сезіне алады. Жауапкершілік толықтай сезілген уақытта жағымды көрінісі мен репрезентациясының маңызы арта түсетін болады.

Біздің зерттеу еңбегінің мақсаты да осы. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарына, атап айтқанда, Tengrinews, Azattyq порталдарының және де КТК телеарнасының контентіне анализ жасадық. Анализ барысында осы бір ақпарат құралдары бала жайлы қандай ақпарат таратады, қандай бағыттағы ақпарат басым, жиі берілетін образдар және де таптаурындар және де стереотиптер, ақпаратты ұсыну ерекшеліктері секілді мәселелерге мән бердік. Зерттеу барысында әдебиетке шолу барысында келтірілген авторлардың еңбектері де және де олардың методологиясы және де шектеулерін де ескеріп, Қазақстан медиасындағы ахуалмен салыстырдық. Халықаралық журналист мамандар федерациясының зерттеуіне сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдары бала проблемасын көтеруде негізгі акцентті сенсациялық және де даулы материалдарға береді, ал Бала құқықтарының конвенциясында сөз етілген басқа да маңызды аспектілер назардан тыс қалады. Сол себепті зерттеу жұмысымыздың барысында талқыланған мәселелерді қайта келтіре кету керек:

- Бала құқығын қолдау: бала сөз бостандығы және де жеке идеяларына құқығын мойындау және де құрметтеу маңызды. Бала қоғамның толыққанды мүшесі ретінде ғана өздеріне туралы да мәселелерге қатысуға, өз ойлары және де сезімдерін еркін білдіруге құқылы. Балаларға бұқаралық ақпарат құралдарында сөйлеуге мүмкіндік бере отырып, біз олардың қоғамдық диалогқа араласуын ынталандырамыз және де азаматтық дағдыларын дамытамыз.

- Өзін өзі бағалау және де олардың сенімділігін арттыру: медиада өз атынан сөз сөйлеу кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге өз ойларын, идеяларын және де жеке тәжірибелерін жеткізуге мүмкіндік береді. Олардың дауыстары естілген және де бағаланған кезде, бала тұлға ретінде ғана өздерінің құндылығын сезе бастайды және де өздерін сенімдірек сезінеді. Бұл олардың өзін өзі бағалауының дамуына ықпал ететін болады.
- Бала пікірін білу: бала әлемге және де өз қажеттіліктеріне қатысы бар ерекше көзқарасы бар және де бала мүдделерін қорғауда олардың өздерінің пікірі маңызды. Олар білім беру, денсаулық сақтау, қоршаған орта және де басқа да маңызды тақырыптарға қатысы бар мәселелерді көтеруі мүмкін. Балаларды тыңдау арқылы біз олардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын шешімдерді қабылдай аламыз.
- Басқа бала үшін шабыт және де үлгі: Бала медиада құрдастарының әңгімелері және де пікірлерін естігенде өздерінің де ойы маңызды екенін де және де әлеуметтік диалогқа үлес қоса алатынын көреді. Бұл басқа да балаларды шабыттандырады және де олардың өздері де қоғамның белсенді қатысушылары бола алатынын сезінеді.
- Сыни тұрғыдан ойлауды және де масс медиа сауатты дамыту: медиаға араласу бала сыни ойлауы және де масс медиа сауатын дамытуға көмектеседі. Олар медиа-контент жасаушылары не болмаса тұтынушылары ретінде ғана белсенді әрекет еткенде ақпаратты талдауды, сұрақ қоюды және де ақ және де қараны ажыратуды үйренеді. Бұл дағдылар қазіргі ақпараттық қоғамда өте қажет (UNICEF, 2007z).

Зерттеуді қорытындылай келе, осы бір тұжырымның рас екеніне көзіміз жетті. Қазақстан медиасында да қазіргі күннің өзінде бала образын рейтинг тудырушы құрал ретінде ғана пайдаланып, сенсациялық ақпаратты жиі таратады. Бала образы таптаурындар және де стереотиптер шырмауынан шыға алмай алған. Онымен қоса бұқаралық ақпарат құралдары және де масс медиа бала құқығын да бұзады. Олардың жеке ақпараты және де идентификациялауға мүмкіндік беретін ақпаратты тарату арқылы олардың қауіпсіздігі және де психикалық жағдайына да теріс ықпалын да тигізіп, әсер ететін болады.

Бала құқығы комитеті болса медиада назар аударуға тиісті маңызды аспектінің бірі ретінде ғана «бұқаралық ақпарат құралдарында баланың имиджін жақсартуды» атап көрсеткен болатын.

***Кесте 4.1** UNICEF ұсынған Бала құқықтарын қамтитын бұқаралық ақпарат құралдарының принциптері және де нұсқаулар*

## **UNICEF ұсынған Балалардың құқықтарын қамтитын бұқаралық ақпарат құралдарының принциптері және де нұсқаулары**

Бұқаралық ақпарат құралдары бала, жасөспірім, жеткіншектер және де жастардың құқықтары туралы да айтқанда осы бір тұлғаларға ешқашан қауіп төндірмеуі қажет етіледі. UNICEF журналист мамандар бала құқықтарына нұқсан келтірмей, олардың қоғамдағы мүддесін ескеріп, бала жайлы қалай хабарлай алатыны жайлы қағидаттар және де нұсқаулар әзірледі.

### **Жалпы алты қағида**

- Кез келген жағдайда кез келген баланың қадір-қасиеті және де құқықтарын құрметтеңіз.
- Балалармен сұхбаттасу кезінде кез келген баланың жеке өміріне қол сұғылмаушылық және де құпиялылық құқығын құрметтеуге, олардың пікірін тыңдауға, оларға ықпалын да тигізіп, әсер ететін шешімдерге қатысуға мүмкіндік беруге және де зиян және де басқа далар тарапынан қорғалуына ерекше назар аударыңыз.
- Кез келген баланың мүддесін жоғары қою қағидатын басшылыққа алу, оның ішінде бала мәселелерін шешуді және де бала құқықтарын қорғауды насихаттау.
- Баланың мүдделерін анықтауға тырысқанда баланың жасы және де жетілуіне сәйкес өз пікірін білдіру құқығын есте сақтаңыз.
- Кез келген тақырыпты жазғанда саяси, әлеуметтік және де мәдени салдары бар екенін де ескеріп, кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге тікелей қатысы бар және де осы бір мәселені дәл бағалай алатын адамдардан кеңес сұраңыз.
- Балаға, оның аға-әпкелеріне не болмаса құрдастарына қауіп төндіретін мәтінді не болмаса суреттерді, тіпті олардың мәліметтері өзгертілген не болмаса жасырылған болса да жарияламаңыз.

### **Балалармен сұхбат жүргізуге арналған алты нұсқаулық**

- Ешбір кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге зиян тигізбеңіз: кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге қауіп төндіретін не болмаса қорлайтын, травмалық тәжірибеге байланысты кішкентай бүлдіршіндерге, бала мен жасөспірімдерге ауыр тиетін дөрекі, мәдениеттен жұрдай сұрақтардан, қандай да бір әрекеттен не болмаса түсініктемелерден аулақ болыңыз.
- Әңгімелесу үшін балаларды таңдаған кезде жынысына, нәсіліне, жасына, дініне, мәртебесіне, білімі және де физикалық қабілетіне қарай кемсітпеңіз.
- Драматизацияға жол жоқ: балалардан өздері басынан өтпеген оқиғаларды айтып беруді сұрамаңыз.
- Бала не болмаса оның заңды өкілі олардың тілшімен сөйлесіп жатқанын

*Дереккөзі: UNICEF, 29.04.2023*

Осы зерттеу жұмысы арқылы Қазақстан медиасындағы бала образы көрінісі мен репрезентациясының проблемаларын көтеріп, бұқаралық ақпарат құралдарындағы бала имиджін жақсартуға аз да болсын атсалыстық деп сенеміз. Зерттеу жұмысы барысында байқағанымыздай медиадағы бала көрінісі мен репрезентациясы тақырыбы жіті зерттеуді талап ететін тақырып. Осы салада жүргізілген масс медиа зерттеулерінің құнды боларына сеніміміз мол.

## Кемшіліктер мен шектеулер

Кез келген зерттеу жұмысының өзіндік шектеулері болады. Бұл зерттеу жұмысының белгілі бір шектеулері де бар. Ғылыми жұмыс бала көрінісі мен репрезентациясы тақырыбына қатысты материалдарды талдаған кезде тек қана 2022 жылдың аясында жарық көрген жаңалықтар, мақалалар мен сюжеттерді қамтиды. Шолудағы уақыт аралығы қаншалық кең болса, зерттеу нәтижелері соншалық дәл болады. Сонымен қатар, зерттеу объектісі ретінде ғана тек үш масс медиа қарастырылған еді. Қазақстан медиасына объективті баға беру үшін де барынша көп медианы қамту керек. Бірақ магистрлік диссертация арасында біз тек үш медиамен шектелдік. Медиа туралы да айтқанда біз негізінен жаңалықтар мен мақалаларға тоқталдық, ал медианың басқа компоненттері зерттеу жұмысының аясына кірмейді. КТК телеарнасын зерттеген кезде тек бір бағдарламаға ғана шолу жасалды, бұл да зерттеу жұмысының шектеуіне жатады.

Бір ғана магистрлік диссертация аясында бүкіл Қазақстан медиасын қамтып өту мүмкін емес, сол себепті зерттеу жұмысының шектеулері болуы заңды. Алдағы уақытта осы тақырыпты тереңірек зерттей түсу үшін зерттеу объектісі мен уақыт аралығының ауқымын кеңейтіп, медиаға жаңалықтар мен ток-шоулардан басқа қырына да үңілуге болады.

## Әдебиеттер тізімі

1. Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003a). The influence of media violence on youth. *Psychological science in the public interest*, 4(3), 81-110.
2. Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003b). The influence of media violence on youth. *Psychological science in the public interest*, 4(3), 81-110.
3. Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., ... & Wartella, E. (2003c). The influence of media violence on youth. *Psychological science in the public interest*, 4(3), 81-110.
4. Armstrong, G., Vijayakumar, L., Pirkis, J., Jayaseelan, M., Cherian, A., Soerensen, J. B., ... & Niederkrotenthaler, T. (2019a). Mass media representation of suicide in a high suicide state in India: an epidemiological comparison with suicide deaths in the population. *BMJ open*, 9(7), e030836.
5. Armstrong, G., Vijayakumar, L., Pirkis, J., Jayaseelan, M., Cherian, A., Soerensen, J. B., ... & Niederkrotenthaler, T. (2019b). Mass media representation of suicide in a high suicide state in India: an epidemiological comparison with suicide deaths in the population. *BMJ open*, 9(7), e030836.
6. Barry, C., & Jempson, M. (2005a). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
7. Barry, C., & Jempson, M. (2005b). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
8. Barry, C., & Jempson, M. (2005c). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
9. Barry, C., & Jempson, M. (2005d). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
10. Barry, C., & Jempson, M. (2005e). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
11. Barry, C., & Jempson, M. (2005f). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
12. Barry, C., & Jempson, M. (2005g). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
13. Barry, C., & Jempson, M. (2005h). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
14. Barry, C., & Jempson, M. (2005i). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
15. Barry, C., & Jempson, M. (20k05j). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
16. Barry, C., & Jempson, M. (2005k). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
17. Barry, C., & Jempson, M. (2005l). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF

18. Barry, C., & Jempson, M. (2005m). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
19. Barry, C., & Jempson, M. (2005n). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
20. Barry, C., & Jempson, M. (2005o). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
21. Barry, C., & Jempson, M. (2005p). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
22. Barry, C., & Jempson, M. (2005q). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
23. Barry, C., & Jempson, M. (2005r). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
24. Barry, C., & Jempson, M. (2005s). The Media and Children's Rights. MediaWise and UNICEF
25. Батаева, Е. В. (2014). Социальная визуалистика и медиа-визуальность. *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право*, 27(2 (173)), 196-204.
26. Власова, А. В., & Мирошниченко, А. С. (2022а). Фейк-ньюс в современном обществе. In *Наука, инновации, образование: актуальные вопросы и современные аспекты* (pp. 58-67).
27. Власова, А. В., & Мирошниченко, А. С. (2022b). Фейк-ньюс в современном обществе. In *Наука, инновации, образование: актуальные вопросы и современные аспекты* (pp. 58-67).
28. Bie, B., & Tang, L. (2015a). Representation of autism in leading newspapers in China: A content analysis. *Health communication*, 30(9), 884-893.
29. Bie, B., & Tang, L. (2015b). Representation of autism in leading newspapers in China: A content analysis. *Health communication*, 30(9), 884-893.
30. Choudhury, P. (2014a). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
31. Choudhury, P. (2014b). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
32. Choudhury, P. (2014c). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
33. Choudhury, P. (2014d). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
34. Choudhury, P. (2014e). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
35. Choudhury, P. (2014f). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
36. Choudhury, P. (2014g). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
37. Choudhury, P. (2014h). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
38. Choudhury, P. (2014i). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24

39. Choudhury, P. (2014j). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
40. Choudhury, P. (2014k). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
41. Choudhury, P. (2014l). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
42. Choudhury, P. (2014m). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
43. Choudhury, P. (2014n). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
44. Choudhury, P. (2014o). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
45. Choudhury, P. (2014p). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
46. Choudhury, P. (2014q). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
47. Choudhury, P. (2014r). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
48. Choudhury, P. (2014s). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
49. Choudhury, P. (2014t). Impact of Media on Child. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 19-24
50. Davidson, J. (2008). *Child sexual abuse: Media representations and government reactions*. Routledge.
51. Davian, V. L. A. D. (2017a). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
52. Davian, V. L. A. D. (2017b). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
53. Davian, V. L. A. D. (2017c). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
54. Davian, V. L. A. D. (2017d). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
55. Davian, V. L. A. D. (2017e). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
56. Davian, V. L. A. D. (2017f). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
57. Davian, V. L. A. D. (2017g). Perspectives on media representation of children. *Social Sciences and Education Research Review*, 4(1), 114-124
58. Davies, M. M., & Mosdell, N. (2005). The representation of children in the media: Aspects of agency and literacy. *The politics of childhood: International perspectives, contemporary developments*, 208-225.
59. Dixon-Woods, M., Agarwal, S., Jones, D., Young, B., & Sutton, A. (2005). Synthesising qualitative and quantitative evidence: a review of possible methods. *Journal of health services research & policy*, 10(1), 45-53.

60. Freedman, J. L. (1993a). Viewing television violence does not make people more aggressive. *Hofstra L. Rev.*, 22, 833
61. Freedman, J. L. (1993b). Viewing television violence does not make people more aggressive. *Hofstra L. Rev.*, 22, 833
62. Gordon, F., Scraton, P., & McAlister, S. (2015). Behind the Headlines: Media Representation of Children and Young People in Northern Ireland. The voices and experiences of children and young people, research report.
63. Горобий, А. В. (2012a). Количественный контент анализ периодической печати как источника по истории отношений сссри фрг 1985—1991 гг. *Историческая информатика. Информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании*, (1), 054-071.
64. Горобий, А. В. (2012b). Количественный контент анализ периодической печати как источника по истории отношений сссри фрг 1985—1991 гг. *Историческая информатика. Информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании*, (1), 054-071.
65. Горобий, А. В. (2012c). Количественный контент анализ периодической печати как источника по истории отношений сссри фрг 1985—1991 гг. *Историческая информатика. Информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании*, (1), 054-071.
66. Hijmans, E. (1996). Logic for qualitative media content analysis: A typology. *Communications-Sankt Augustin Then Berlin-*, 21, 93-108.
67. Huesmann, L. R., & Taylor, L. D. (2006). The role of media violence in violent behavior. *Annu. Rev. Public Health*, 27, 393-415
68. Jewitt, C., & Leeuwen, T. V. (2000a). The handbook of visual analysis. *The Handbook of Visual Analysis*, 1-224.
69. Jewitt, C., & Leeuwen, T. V. (2000b). The handbook of visual analysis. *The Handbook of Visual Analysis*, 1-224.
70. Jewitt, C., & Leeuwen, T. V. (2000c). The handbook of visual analysis. *The Handbook of Visual Analysis*, 1-224.
71. Krippendorff, K. (1989a). Content analysis.
72. Krippendorff, K. (1989b). Content analysis.
73. Krippendorff, K. (1989c). Content analysis.
74. Князева, М. Л. (2017). Пресса и суицид: опасности острой темы. In *Психическое здоровье: социальные, клиничко-организационные и научные аспекты* (pp. 482-491).
75. Кирпиков, А. Р. (2018). Качественный контент-анализ как метод исследования. *Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования*. Екатеринбург, 2018, (21), 67-74
76. Клещенко, Л. Л. (2019a). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
77. Клещенко, Л. Л. (2019b). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
78. Клещенко, Л. Л. (2019c). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)

79. Клещенко, Л. Л. (2019d). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
80. Клещенко, Л. Л. (2019e). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
81. Клещенко, Л. Л. (2019f). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
82. Клещенко, Л. Л. (2019g). Репрезентация образа детства в либеральных СМИ современной России. *Комплексные исследования детства*, 1(4)
83. Lincoln Y. (1995). *Emerging Criteria For Qualitative And Interpretive Research Qualitative Inquiry*, V.1 №3
- Войскунский, А. Е., & Скрипкин, С. В. (2001). Качественный анализ данных. *Вестник Московского университета. Серия*, 14, 93-109.
84. Livingstone, S. (2016a). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of children and media*, 10(1), 4-12.
85. Livingstone, S. (2016b). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of children and media*, 10(1), 4-12.
86. Livingstone, S. (2016c). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of children and media*, 10(1), 4-12.
87. Livingstone, S. (2016d). Reframing media effects in terms of children's rights in the digital age. *Journal of children and media*, 10(1), 4-12.
88. Логунова, О. С. (2014a). Репрезентация детей и детства в информационных передачах ведущих российских каналов. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*, (1)
89. Логунова, О. С. (2014b). Репрезентация детей и детства в информационных передачах ведущих российских каналов. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*, (1)
90. Логунова, О. С. (2014c). Репрезентация детей и детства в информационных передачах ведущих российских каналов. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*, (1)
91. Леонов, К. (2007). Телеэкран и дети: анализ последствий.
92. Mayring, P. (2004a). *Qualitative content analysis. A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
93. Mayring, P. (2004b). *Qualitative content analysis. A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
94. Mayring, P. (2004c). *Qualitative content analysis. A companion to qualitative research*, 1(2), 159-176.
95. Macnamara, J. R. (2005a). Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific public relations journal*, 6(1), 1-34.
96. Macnamara, J. R. (2005b). Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific public relations journal*, 6(1), 1-34.

97. McAndrew, B., Carroll, C., & O'Malley-Keighran, M. P. (2021). Representations of disabled children and young people in Irish newspapers. *Disability & Society*, 36(10), 1617-1642
98. McCrum, S., & Hughes, L. (1998a). *Interviewing Children: a guide for journalists and others*. Save the Children UK
99. McCrum, S., & Hughes, L. (1998b). *Interviewing Children: a guide for journalists and others*. Save the Children UK
100. Mehl, M. R. (2006a). Quantitative Text Analysis. In M. Eid & E. Diener (Eds.), *Handbook of multimethod measurement in psychology* (pp. 141—156). American Psychological Association.
101. Mehl, M. R. (2006b). Quantitative Text Analysis. In M. Eid & E. Diener (Eds.), *Handbook of multimethod measurement in psychology* (pp. 141—156). American Psychological Association.
102. Mehl, M. R. (2006c). Quantitative Text Analysis. In M. Eid & E. Diener (Eds.), *Handbook of multimethod measurement in psychology* (pp. 141—156). American Psychological Association.
103. Mustola, M., Sevón, E., & Alasuutari, M. (2019). Representation of children's views in Finnish newspaper media across three decades. *Barn*, 37(3-4)
104. Ownby, T. (2013a). Critical visual methodology: Photographs and narrative text as a visual autoethnography. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2, 1-24.
105. Ownby, T. (2013b). Critical visual methodology: Photographs and narrative text as a visual autoethnography. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2, 1-24.
106. Ownby, T. (2013c). Critical visual methodology: Photographs and narrative text as a visual autoethnography. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2, 1-24.
107. Ownby, T. (2013d). Critical visual methodology: Photographs and narrative text as a visual autoethnography. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2, 1-24.
108. Prosser, J. D. (2012a). Visual methodology. *Collecting and interpreting qualitative materials*, 177.
109. Prosser, J. D. (2012b). Visual methodology. *Collecting and interpreting qualitative materials*, 177.
110. Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019a). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
111. Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019b). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
112. Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019c). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
113. Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019d). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
114. Семёнова, А. В., & Корсунская, М. В. (2010a). контент анализ СМИ: проблемы и опыт применения.

115. Семёнова, А. В., & Корсунская, М. В. (2010b). контент анализ СМИ: проблемы и опыт применения.
116. Sjøvaag, H., & Stavelin, E. (2012a). Web media and the quantitative content analysis: Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence*, 18(2), 215-229.
117. Sjøvaag, H., & Stavelin, E. (2012b). Web media and the quantitative content analysis: Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence*, 18(2), 215-229.
118. Sjøvaag, H., & Stavelin, E. (2012c). Web media and the quantitative content analysis: Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence*, 18(2), 215-229.
119. Sjøvaag, H., & Stavelin, E. (2012d). Web media and the quantitative content analysis: Methodological challenges in measuring online news content. *Convergence*, 18(2), 215-229.
120. Selvi, A. F. (2019). Qualitative content analysis. In *The Routledge handbook of research methods in applied linguistics* (pp. 440-452). Routledge.
121. Stack, S. (2003). Media coverage as a risk factor in suicide. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 57(4), 238-240.
122. Stack, S. (2005a). Suicide in the media: A quantitative review of studies based on nonfictional stories. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 35(2), 121-133.
123. Stack, S. (2005b). Suicide in the media: A quantitative review of studies based on nonfictional stories. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 35(2), 121-133.
124. Parker, C., Saundage, D., & Lee, C. Y. (2011). Can qualitative content analysis be adapted for use by social informaticians to study social media discourse? A position paper.
125. Шакиров, А. И., & Сафиуллина, Г. Р. (2015). Трансформация журналистики в условиях «визуального поворота». *Вестник Челябинского государственного университета*, (5 (360)), 425-431.
126. Teng, C. E., & Joo, T. M. (2020a). Representation of Disabled Community in Mainstream Media. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 10(2), 19-37.
127. Teng, C. E., & Joo, T. M. (2020b). Representation of Disabled Community in Mainstream Media. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 10(2), 19-37.
128. UNICEF. (2007a). Права ребёнка и журналистика. Практический аспект: опираться на права
129. UNICEF. (2007b). Права ребёнка и журналистика. Практический аспект: опираться на права
130. UNICEF. (2007c). Права ребёнка и журналистика. Практический аспект: опираться на права
131. UNICEF. (2007d). Права ребёнка и журналистика. Практический аспект: опираться на права
132. UNICEF. (2007e). Права ребёнка и журналистика. Практический аспект: опираться на права

