

ӘЛЕУМЕТТІК ҒЫЛЫМДАР

SOCIAL SCIENCES

FTAXP 19.01.29

К.Долаева<sup>1</sup>, Е.Кәпқызы<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> С. Демирел атындағы университеті, Қаскелең қ., Қазақстан

**COVID-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕГІ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ  
ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ РӨЛІ: «ЕГЕМЕН ҚАЗАҚСТАН» МЕН  
«АЗАТТЫҚ РАДИОСЫ» МЫСАЛЫНДА**

**Аңдатпа.** COVID-19 пандемиясы кезінде бұқараға ақпарат тарату мақсатында масс медиаға сенім ерекше артылды. Пандемия бұқаралық ақпарат құралдарының басты тақырыбына айналып, журналистердің ақпарат берудегі рөлі де еселене түсті. Осы мәселелер мақаланың басты өзегіне айналып отыр.

2020-2021 жылдар аралығында әлемдік БАҚ-та COVID-19 мәселесін көтерген түрлі жанр мен формадағы материалдар қатары ерекше артқан. Бұл үрдістен Қазақстан да қалыс қалмады. Зерттеу нысаны ретінде «Егемен Қазақстан» мен «Азаттық радиосы» алынып, екі порталдың пандемия тақырыбын берудегі ерекшеліктері анықталып, контент-анализ жасалды. Сонымен қоса, пандемия кезіндегі бұқаралық ақпарат құралдарының осал және ұтымды тұстарына да ғылыми тұжырым жасалды.

**Түйін сөздер:** патоген, короновирус, контент, пандемия, инфордемия, стереотип, символ.

\*\*\*

**Abstract.** The COVID-19 pandemic, having made adjustments to the information agenda, has become the main topic of the media market. The role of journalists, as well as the activities of the media to disseminate information, increased many times during this period. In 2020-2021, the world media saw a significant increase in the number of materials of various genres and forms that raise this topic. Kazakhstan did not remain aloof from this process. In this regard, the main purpose of the article was to study the activities of Kazakhstani journalism during COVID-19.

“Egemen Kazakhstan” and “Radio Azattyk” were taken as the object of the study, the features of the two portals in the presentation of this topic were identified, an appropriate content analysis was carried out, and a scientifically based conclusion was made about the weaknesses and rational aspects of the media of Kazakhstan during the pandemic.

**Keywords:** pathogen, coronavirus, content, pandemic, informemia, stereotype, symbol.

\*\*\*

**Аннотация.** Пандемия COVID-19, внеся коррективы в информационную повестку, стала главной темой медиарынка. Роль журналистов, как и деятельность СМИ по распространению информации, многократно возросли в этот период. В 2020-2021 годах в мировых СМИ наблюдалось значительное увеличение количества материалов различных жанров и форм, поднимающих данную тему. Казахстан не остался в стороне от этого процесса. В связи с этим основной целью статьи стало исследование деятельности казахстанской журналистики во время COVID-19. В качестве объекта исследования были взяты «Егемен Қазақстан» и «Радио Азаттық», определены особенности двух порталов в подаче этой темы, проведен соответствующий контент-анализ, сделан научно обоснованный вывод о слабых и рациональных сторонах СМИ РК в период пандемии.

**Ключевые слова:** патоген, короновирус, контент, пандемия, инфордемия, стереотип, символ.

### *Kіріспе*

2019 жылдың желтоқсанында жаңа патоген пайда болды. Ол бірнеше аптаның ішінде денсаулық сақтау саласын ең ауыр жаһандық дағдарысқа әкелді. «COVID-19» коронавирусы әлем бойынша тез таралды. Бұл жағдай қоғамда үлкен үрей туғызды. Дәл осы тұста бұқаралық ақпарат құралдары коронавирус туралы деректердің негізгі көзіне айналды.

Зерттеулерге сүйенсек, пандемия кезінде әлеуметтік желілерді пайдалану айтарлықтай өскен. Әсіресе Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp, Tik Tok сияқты желілерді қолданушылар саны артып, вирус және қауіп-қатер туралы тиімді коммуникациялық стратегияларды ілгерілетуде маңызды рөл атқарады.

2021 жылдың қаңтар айында Қазақстанда интернет пайдаланушылар саны 15,47 млн адамға жеткен. Ал интернетті тұтыну деңгейі 82 пайызға жуықтаған. Сенімді ақпарат көзі ретінде телеарнаны таңдап, отандастарымыздың 52%-ы жаңалықтарды, 27%-ы танымдық бағдарламаларды тамашалаған [1]. Дегенмен, әлеуметтік желілерде жалған ақпараттың көбеюі қоғамда алаңдатушылық, дүрбелең туғызды. Міне осы

тұста ресми ақпарат құралдары ақпараттың сапасы мен әлеуметтік медиа арқылы таралып жатқан сенімсіз деректерге тойтарыс беруге тырысты. Ғалым Е.Вартанованың пікірінше, пандемия кезінде медиа саласы әлемді алаңдатқан жағдайға сараптамалық түсінік беріп, аудиторияны пандемия жағдайында өмір сүруге үйретуді негізгі мақсатына айналдырды [2]. Сонымен қатар БАҚ-тың сенімді ақпарат таратуы – халықты әбігерге түсірген дезинформацияға қарсы тұрып, халықтың ресми институттармен өзара диалог орнатуға ықпалын тигізді.

Фридрих Эберт қорының аймақтық директоры Кристоф П. Мор желілерде медиа этикаға қайшы дүниелер туындағанымен әлеуметтік медиа әлем халқының індетке қарсы күш біріктіріп, ұжымдасуына да ықпал етті деген пікір білдірді. «Қоғамдық рух цифрлық ортада қатты сезілді. Әлем микроскоппен көруге болатын дұшпанға бір кісідей жұмылды. Мұндай жаһандық оқиға көзді ашып-жұмғанша өте шықты. Өйткені саяси шешімнің бәрі ұлттық, мемлекеттік деңгейде қабылданды» [3, б 7].

Десек те, коронавирустық пандемия әлі аяқталған жоқ. Оның «дельта» және «омикрон» сияқты жаңа штаммдарды пайда болды. Сол себепті біз зерттеуге алып отырған мәселе әлі өзектілігін жойған жоқ.

#### *Материалдар мен әдістер, нәтижелер*

Пандемия кезінде әлеуметтік институттар масс медиамен айырықша байланыс орнатты. Мұны ақпарат құралдары да тиімді пайдаланды. Өнімді түрлі форма мен жанрда редакцияның ақпараттық саясатының негіздей отырып аудиториясына ұсынды.

Зерттеу материалдарын саралау барысында байқағанымыз тек Қазақстанда ғана емес, дүние жүзі бойынша пандемия кезінде денсаулық сақтау ұйымдарының бұқаралық ақпарат құралдарымен байланысы нығайған және олармен бірлесе дайындалған медиаөнім деңгейі артқан. Зерттеушілер С.Сауд пен М.Хауэр COVID-19-ға қатысты ақпарат құралдарында репортаждың көбейіп, медицина саласы мамандарымен интерактивті форумдардың ұйымдастырылуы пандемия мен вирус туралы сапалы ақпараттың көпшілікке жетуіне ықпал етті деген пікір айтады [4]. Сонымен қоса, отандық зерттеуші Ш. Қалиаждарованың пайымдауынша, дәл осы кезде ресми органдардың ақпарат құралдарымен байланысы күшейіп, олардың эфирге шығу деңгейі артып, статистикалық деректер мен түрлі жарияланым саны да еселене түскен [5, б 2065].

Ал ғалымдар Р.Ахсан., Г.Парвин Орталық Азия елдеріне тән бес электронды басылымды негізге ала отырып, ондағы COVID-19 мәселесін елдердің мәдени ерекшеліктеріне байланысты саралайды (денсаулық, дәрі-дәрмек, әлеуметтік жағдай мен адамгершілік, басқару институттары, қоршаған орта, инновация және технология, экономика) [6].

Ғалымдардың алаңдаушылығын тудырған екінші зерттеу саласы БАҚ арқылы COVID-19 туралы жалған ақпараттың таралуы. Бұл тақырыпта

шетелдік зерттеушілер М.Пауэлл., Л.Падила., К.Холбрук әлеуметтік желілерде саясатта, әлеуметтік үстемдік жүргізу, дәстүршілдік, қастандық идеялары, ғылымға деген көзқарас туралы жалған ақпараттың таралуы және олардың қандай мақсатта жарияланғандығына назар аударады [7].

Қазақстандық медиамаман А.Үрпекова COVID-19 пандемия кезінде аймақтық медиадағы ковидке қарсы шаралар туралы фреймдерді [8], ал А.Климченко дәл осы тұстағы үкіметтің бұқарамен қалай байланыс орнатқандығын назарға алды [9, б 156].

«Рев» ғылыми орталығының ақпараттарына сүйенсек (2020, наурыз), коронавирустық індет туралы жаңалықтарға зерттеу жүргізу кезінде ақпаратты негізінен әлеуметтік желілерде алатын адамдардың коронавирустық індетті дұрыс түсінбейтінін анықтаған. Әлеуметтік желіні пайдаланушылардың жартысынан көбі (57%) індет туралы жалған деректерге тап болған. Дәстүрлі басылымдар оқырмандардың 40 % -ға жуығын күмәнді ойға жетелеген.

Ал, Edelman компаниясының (әлемдегі ең ірі қоғаммен байланыс ұйымы) жүргізген сауалнамасына назар салсақ, сұралғандардың сенімді ақпарат көзі ретінде алдымен дәрігерлерді (83%), одан кейін БАҚ (50%), мемлекеттік қызметкерлер таратқан ақпаратқа сенгендер 48%, ал журналистерге 42%-ы сенім білдірген [10, б 165].

Жоғарыда келтірілген ғылыми зерттеу деректерге сүйене отырып, біз ақпараттық саясат тұрғысынан екі түрлі бағыт ұстанатын «Егемен Қазақстан» газетінің электронды нұсқасы және «Азаттық радиосы» ұсынған материалдардың фреймингін анықтауға тырыстық. Сонымен қатар үкіметтің пандемия кезінде жүргізген жұмыстарының медиадағы көрінісін өз іс-әрекетінің дұрыстығын көрсетіп, тұрғындардың көңілінен шығу үшін жасалған амал ретінде қарастырамыз.

Талдауға 2020 жылдың наурыз, сәуір айында жариялаған материалдар алынды. Бұл уақытты таңдауымыздың себебі – дәл осы кезде үкімет тарапынан халыққа 42 500 теңге жәрдемақы тағайындалып, қоғамда үлкен дау туды. Осы кезде БАҚ-та сыни материалдар көбейіп, оқырмандар тарапынан кері байланыс ерекше болды.

Екі медиада жарияланған материалдарды тақырыптық, ақпаратты беру пішіні, жанры мен мазмұны және оқырмандарға қалай әсер етті деген талаптар бойынша саралауға тырыстық.

Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, екі басылымның ұсынған өнімдері тақырып, мазмұн, жанрлық тұрғыдан әр түрлі. Бұл жерде Қазақстанда вирус жұқтырғандар мен сауығып шыққандар туралы жарияланымдар қарастырылған жоқ. Жарыққа шыққан материалдар аса көлемді емес, 300-500 сөзден тұрады. Бұл тұста авторлар көлемді материалдың оқырман назарына аса ілінбейтінін ескергендігін айта кеткеніміз жөн.

«Егемен Қазақстан» басылымы тақырыпқа қатысты авторлық фотосуреттерді ұтымды беріп отырды. Ал «Азаттық» ресми суреттерден

басқа интернет ресурстардан алынған фотоларды да жариялап тұрды (контент авторлары көрсетілді).

Кесте 1. «Егемен Қазақстан», «Азаттық радиосында» жарыққа шыққан материалдар (наурыз, сәуір 2020ж)

«Егемен Қазақстан» газеті	«Азаттық радиосы»
Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Үндеуі (жолдау, 16.03.2020).	Нұр-Сұлтандағы төтенше жағдай. Бірінші күн (репортаж, 16.03.2020).
Мемлекеттік сақтандыру қорынан 42500 теңгені кім ала алады? (ақпараттық материал, 01.04.2020).	Вирус пен девальвация соққысы. Қазақстан төтенше жағдайға дайын болды ма? (мақала, 19.03.2020).
Жәрдемақыны алуға байланысты Телеграм бот ашылды, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі арнайы брифинг ұйымдастырды (ақпараттық материал, 06.04.2020).	Тоқаевтың екінші жылы: "Сандықтағы ақшаға қол салу" һәм "тұрақтылыққа төнген қауіп" (мақала, 04.04.2020).
Бюджеттің бүйірі қалай толады? (мақала, 16.04.2020).	Карантин кезіндегі кәсіпкерлердің үмігі мен күдігі (мақала, 22.04.2020).
Коронавирус та кетер, жақсы күндер де жетер (мақала, 17.04.2020).	Алматыда мұқтаж жандарға азық-түлікпен көмектескен үш еріктіге карантин талаптарын бұзғаны үшін айыппұл салынды ұйымдастырды (ақпараттық материал, 19.04.2020).
Ескерту: дереккөз негізінде [11, 12].	

Жарияланымдары шартты түрде екіге бөліп қарастырдық. Оның біріншісі ақпараттық, екіншісі талдау, сипаттау және бағалау. Кестеде көрсетілгендей, «Егемен Қазақстан» ақпараттық материалдарға, ал «Азаттық радиосы» талдау мен бағалау сипатына басымдық берді.

Сонымен қатар «Егемен Қазақстан» зерттеуге алынған мерзімде шыққан контенттерінің дерлігі жағымды ақпарат береді. Онда үкіметтің вирусқа қарсы бағытталған шараларының тиімділігі және халықтың әл-ауқатын көтеру мақсатында жәрдемақы беріліп жатқандығы, оған жұртшылықтың риза екендігі баяндалады. Ал дәл осы тұстағы «Азаттық» материалдарының басым бөлігі елдегі экономикалық қиындықтар, берілген жәрдемақының аздығы, биліктің вирусқа қарсы шараларының әлсіздігін сынға алады. Оппозициялық басылым тек сыни ақпарат таратты десек қателескен болармыз. Медицина қызметкерлерінің жауапкершілігі,

аймақ тұрғындарының бір-біріне қол ұшын беріп жатқандығы туралы жағымды жарияланымдарға да орын берді.

Ресми ақпарат көзі болып есептелетін «Егемен Қазақстан» газеті таратып отырған ақпараттары арқылы мемлекеттік идеологияны іске асырып отыр. Алайда «белгісіздік пен тәуекелден туындайтын коммуникациялық мәселелер өз дәрежесінде қолданылмаса, масс медиаға деген сенім мен бедел жоғалуы мүмкін», - дейді сарапшылар. Сол себепті эпидемия кезінде ақпарат құралдары дағдарыстың экономикалық жағын ресми тұрғыда көрсетіп қоймай, мәселені шешу үшін саяси және қоғамдық пікірталастың туындауына да дәнекер болуы керек [13].

Назарға алынған басылымдарда қай материал болмасын бірқатар оқырман жинаған. Әр жарияланымды орта есеппен 500-ден 2000-ға дейін адам қараған. Медиаресурстар, әсіресе осындай төтенше жағдайларда жарыққа шығатын мақалалар, бейне немесе аудиожазбалар, стереотиптер мен символдар көпшіліктің дұрыс көзқарас қалыптастыруына, я болмаса теріс әрекетке баруына түрткі болады. Бұл тұрғыдан алғанда «Егемен Қазақстанның» ұстанымы басымдық танытады.

Біз назарға алған электронды БАҚ-та жоғарыда көрсетілген уақыт ішінде пандемия тақырыбында 81 материал жарияланды. Оның 64-і бірінші топқа, ақпараттық бағытта болса, қалған 12-сі талдамалы, ал 5 материал бағалау сипатында. Талдамалы материалдардың басым бөлігі «Азаттық радиосына» тән. Локдаун жағдайына қарамастан медиамандар түрлі тәсілдерді пайдалана отырып, сарапшы, дәрігер, ресми ақпарат көздерінен деректер ала отырып, сараптамалық материал дайындаған. Бұл дәл сол кезде «Азаттықты» басқа ақпарат құралдарынан ерекшеледі. Өйткені медианың басым бөлігі тек ақпараттық деректер беруімен шектелген еді.

Осы материалдарға талдау жасай отырып, ақпарат құралдарында пандемия кезінде төмендегідей үдерістердің басым болғандығы анықталды:

- вирустың шығу тарихы, қауіп-қатері және инфекцияның бүкіл әлемде таралып жатқандығы туралы ақпараттық материалдың көп берілгендігі;
- жаңа қауіп-қатерге қатысты ақпаратты қалай жариялау керек, қай жағынан берген дұрыс (үрей туғызу, туғызбау немесе) қандай ақпарат көздеріне сенген дұрыс деген мәселеге келгенде екі медиа да негізгі ресми көздер (ДДҰ мен ҚР Денсаулық сақтау министрлігі) мәліметтеріне сүйенгенін байқаймыз. Сондай-ақ, журналистер отандық немесе шетелдік зерттеушілері пікіріне әркез назар аударып отырған. Мұны вирустың екінші толқыны басталған кезде жазылған ақпараттардан көреміз. Деректерге сүйенсек, Италияда эпидемияның бастапқы кезеңінде барлық БАҚ вирусолог, эпидемиолог және басқа да жұқпалы аурулар бойынша мамандармен сұхбаттарға көп жүгінген. Бұл үдеріс бізде кеш басталғаны байқалды [14];

- Эмоцияға толы, үрей туғызатын ақпараттар беріліп, материал тақырыбын «айқайлатып» беруге басымдық берді. Мұндай зерттеу нысанамыз «Азаттық» көп барса, «Егемен Қазақстан» жайдары тақырыппен оқырман көңілінен шығуға тырысты;
- Локдаун қашанға дейін жалғасады деген сауалға келгенде жалпы басылымдардың екіге бөлінгенін байқауға болады. Бірі өзін-өзі оқшаулау – ең қауіпсіз әрекет десе, енді біреулері әдейі істеліп отырған әрекет, үкімет талаптарына, коронавирустық вакцинаның тиімділігіне күмән келтіру мақсатындағы материалдар жариялап отырды. Тіпті «ковидиоттар», «ковид диссиденттер» деген жаңа терминдер пайда болды [15, б 166];
- Басылымдарда дәрігерлерге арналған жарияланымдар үлесі көбейді. Бұл тек Қазақстандық ғана емес, шетелдік ақпарат құралдарында да байқалған үрдіс. Бұл дәрігер мамандардың беделін арттырып, мамандыққа деген қызығушылық туғызып, дәрігерлердің танымал болуына ықпал етті.

### *Қорытынды*

Пандемияға қатысты тақырыптарда кімнің қалай хабар таратқанын зерттеу өзектілігін көрсетіп отыр. Себебі ақпаратты шынайы әр қырынан беру арқылы БАҚ беделі айқындалатыны анықталды. Ақпарат кеңістігінде электронды масс медиа арасында бәсекелестіктің жоғары екендігін ескерсек, бұқараны ақпаратты бір ғана қырынан беру арқылы қызықтыра алмасамыз анық. Басылымның тек жағымды немесе сыни материал ғана жариялауы күдік туғызары сөзсіз. Сондықтан қандай басылым болмасын ақпараттық саясатта белгілі бір балансты ұстағаны дұрыс. Бұл ақпарат құралының нарықтағы орнын анықтауға да ықпал етеді.

Журналистердің жұмысын мінсіз деп атауға болмайды, өйткені фейк ақпараттың көбеюі, ақпараттың бұрмалануы, ақпарат көздеріне бейтарап көзқарас, қорқыныш сезімдерін еселендіріп пайдалану секілді жайттар байқалды [16]. Екінші жағынан (әсіресе 2020 жылдың жаз-күзін кезінде) бірқатар ақпарат құралы індетпен шектеліп қалмай, басқа да қызықты тақырыптар ұсына бастады. Олар: мектеп оқушыларына электронды ресурстардың мүмкіндіктері, сала мамандарына қажет түрлі мобильді қосымшалар турасында, сонымен қатар әлем бойынша пандемиядан көпшілікті аман алып қалып жатқан дәрігер мамандардың еңбектері туралы (деректі фильм, лонгрид, сторителлинг жанрындағы жобалар артты).

COVID-19 пандемиясы кезіндегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін анықтай келе, мынандай тұжырымға тоқталдық:

- елімізде мемлекеттік органдардың бұқарамен байланыс жасау қабілеті төмен дәрежеде;
- халыққа дер кезінде төтенше жағдай туралы ақпарат беруге әлеуметтік институттардың дайын еместігі;

- бұқараның мемлекеттің басқару жүйесіне сенімсіздігі басым;
- ақпарат құралдарының кәсіби этикасының төмендігі;
- фейк материалдардың ықпалында кетуге бейімділігі;
- ақпараттық кеңістіктегі зиянды материалдар (инфодемия) алдында осалдығы байқалды.

Сонымен қатар, пандемия басталғаннан бері халықтың әлеуметтік медиаға тәуелділігі артқан. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, адамдардың көбісі ақпаратты әлеуметтік медиадан оқығанды жөн санайды [17]. Сол себепті бұқаралық ақпарат құралдары әлеуметтік медидағы жұмыстарын да жетілдіріп, осы платформалар арқылы негізгі материалды оқуға ықпал ету тәсілдерін қарастырған жөн.

### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі**

- 1 Жусупова А. Қазақстандағы 2020 жылғы медиа тұтыну: интернет пен әлеуметтік желілер жеңіске жетті [Электрон. ресус] – URL: <https://ekonomist.kz/kz/zhussupova/qazaqstandagy-media-tutynu-internet-pen-aleumett%D1%96k-zhel%D1%96ler/> (Қаралған күні: 25.12.2022).
- 2 Сүлейменова Д. Пандемия БАҚ саласына да өзгеріс әкеледі [Электрон. ресус] – URL: <https://egemen.kz/article/253110-pandemiya-baq-salasynda-ozgeris-akeledi> (Қаралған күні: 27.12.2022).
- 3 Кристоф П. Мор. COVID-19 пандемиясына арналған кітаптің Қазақстандағы әлеуметтік медиадискурсты қамту себебі [Электрон. ресус] – URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kasachstan/18217.pdf>. Б 7 (Қаралған күні: 24.12.2022).
- 4 Hauer M.K., Sud S. Using social networks to inform about sustainable preventive measures and limiting disinformation // *Frontiers of Psychology*, - 2020, - No. 11, - p. 78. doi:10.3389/fpsyg.2020.568324.
- 5 Калиаждарова Ш.И. «Инновации. Наука. Образование». Электронное периодическое издание. №51, февраль 2022. С 2065 [Электрон. ресус] – URL: [https://drive.google.com/file/d/1RT4OmpfdI87N6\\_PtnB5MgT-m3vGbheX9/view](https://drive.google.com/file/d/1RT4OmpfdI87N6_PtnB5MgT-m3vGbheX9/view) (Қаралған күні: 14.01.2023).
- 6 Парвин Г. А., Ахсан Р., Рахман М. Х. Пандемия нового коронавируса (COVID-19): роль печатных СМИ в странах Азии // *Границы в общении*, - 2020, - №5, - с. 93 doi:10.3389/fcomm.2020.557593 (Қаралған күні: 15.01.2023).
- 7 Lobato, E. J. K., Powell, M., Padilla, L., and Holbrook, C. Factors that determine willingness to share misinformation about COVID-19 // *Frontiers of Psychology*, - 2020, - No. 11 (4), - With. 201 - 211 doi:10.3389/fpsyg.2020.566108 (Қаралған күні: 15.01.2023).
- 8 Үрпекова А. COVID-19 пандемия кезінде аймақтық медидағы ковидке қарсы шаралар туралы фреймдер (Атырау және



- Палодар облыстарындағы медиаресурстар мысалымен), Б 66 [Электрон. ресурс] – URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kasachstan/18217.pdf>. (Қаралған күні: 16.01.2023).
- 9 Климченко А. COVID-19 пандемиясы кезінде үкімет өткізген брифингтер контексіндегі 42 500 теңге дискурсындағы сөйлеу әсерінің прагматикалық ерекшелігі мен жетістігі [Электрон. ресурс] – URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kasachstan/18217.pdf>. Б 156. (Қаралған күні: 17.01.2023).
- 10 Потребители вынуждены оставаться дома во время кризиса, уделять больше времени средствам массовой информации [Электрон. ресурс] – URL: Медиатехнологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы. С 165. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/staying-put-consumers-forced-indoorsduring-crisis-spend-more-time-on-media/> (Қаралған күні: 20.02.2023).
- 11 «Егемен Қазақстан». – URL: <https://egemen.kz/>
- 12 «Азаттық Радиосы». – URL: <https://www.azattyq.org/>
- 13 Ophir, Y. Spreading News: The Coverage of Epidemics by American Newspapers and Its Effects on Audiences—A Crisis Communication Approach. 203. 2018 [Электрон. ресурс] – URL: <https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4573&context=edissertations>. (Қаралған күні: 30.01.2023).
- 14 Lessons from the Italian Media’s Coverage of the Coronavirus (Уроки освещения коронавируса итальянскими медиа) // Nieman Reports. 2020. 22 марта. – URL: <https://niemanreports.org/articles/lessons-from-the-italian-medias-coverage-of-the-coronavirus/> (Қаралған күні: 20.02.2023).
- 15 Пестова М. Е. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ / М. Е. Пестова, Е. А. Сафонов // Медиасреда. – 2020. – № 17. – С. 166.
- 16 Голоусова Е.С, Основные тенденции в освещении пандемии коронавируса Covid -19. [Электронный ресурс] – URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/105561> (Қаралған күні: 27.02.2023).
- 17 Ясемин Өзер. Қазақстан жаңалықтарындағы COVID-19 бейнесі: TENGRINEWS және HOLANEWS материалдары негізінде [Электронный ресурс] – URL: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kasachstan/18217.pdf> (Қаралған күні: 27.02.2023).