

© 2021

Представительство
Фонда имени Фридриха Эберта
в Казахстане

Республика Казахстан, 050010 Алматы,
пр. Достык 43, офис 405

**Представительство Фонда имени Фридриха Эберта
в Казахстане, ответственные за публикацию:**
Кристоф П. Мор, Мерейлим Кален, Медет Сулеймен

Научные редакторы и координаторы проекта:
Молдияр Ергебеков и Жанар Темирбекова

Авторский коллектив: Айман Жанабекова, Аида Даржанова,
Айдана Тлеулесова, Айнур Сламгажы, Айнур Толеу,
Алла Кислова, Амина Урпекова, Анна Климченко,
Галым Жусипбек, Дана Уразова, Диана Алпысбаева,
Дина Джузбаева, Динара Абилденова, Дильдар Сердалы,
Есенгул Капкызы, Ильдар Даминов, Майра Жолшаева,
Маргарита Бочарова, Молдияр Ергебеков, Наталья Ворошилова,
Оразай Кыдырбаев, Раушан Дуламбаева, Таисия Мармонтова,
Ясемин Озер

Контактное лицо: Мерейлим Кален, Mereilim.Kalen@fes.kz

**Мнения авторов не обязательно совпадают с мнением
Представительства Фонда имени Фридриха Эберта.**

**Коммерческое использование любых опубликованных Фондом
материалов не допускается без письменного согласия FES.**

КАЗАХСТАН И COVID-19: МЕДИА КУЛЬТУРА ПОЛИТИКА

КАЗАХСТАН И COVID-19: МЕДИА, КУЛЬТУРА, ПОЛИТИКА



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО ФОНДА ИМЕНИ
ФРИДРИХА ЭБЕРТА В КАЗАХСТАНЕ

**Казахстан и COVID-19:
медиа, культура, политика**

Алматы 2021

УДК 616
ББК 52.6
К 18

Научные редакторы и координаторы проекта:

Жанар Темирбекова
Молдияр Ергебеков

Авторский коллектив:

Айман Жанабекова, Аида Даржанова, Айдана Тлеулесова, Айнур Сламгажы, Айнур Толеу, Алла Кислова, Амина Урпекова, Анна Климченко, Галым Жусипбек, Дана Уразова, Диана Алпысбаева, Дина Джузбаева, Динара Абилденова, Дильдар Сердалы, Есенгул Капкызы, Ильдар Даминов, Майра Жолшаева, Маргарита Бочарова, Молдияр Ергебеков, Наталья Ворошилова, Оразай Кыдырбаев, Раушан Дуламбаева, Таисия Мармонтова, Ясемин Озер

**Представительство Фонда им. Фридриха Эберта в Казахстане,
координаторы проекта** – Кристоф П. Мор, Мерейлим Кален, Медет Сулеймен

Редактура и корректура – ОФ «Ұлттық аударма бюросы»

Инфографика – Red Panda PRO

Верстка – Жар Зардыхан

К 18 Казахстан и COVID-19: медиа, культура, политика.
Алматы: Издательство «DELUXE Printery», 2021 - 380 с.

ISBN 978-601-06-7442-4

В данном исследовании анализируются содержание, дискурс и риторика казахстанских медиа в период пандемии COVID-19 с точки зрения медиа, культуры и политики в Казахстане. Авторы углубляются в то, как средства массовой информации реагировали на политику правительства, рассуждают, как протекала повседневная жизнь во время карантина, а также исследуют медиаконтент, язык и дискурс, дезинформацию и теории заговора в медиа, роль медиа в распространении домашнего насилия, темы культуры и искусства.

УДК 616
ББК 52.6

ISBN 978-601-06-7442-4 © Представительство Фонда имени Фридриха Эберта в Казахстане

Мнения авторов не обязательно совпадают с мнением Представительства Фонда имени Фридриха Эберта

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Кристоф П. Мор 6

ВВЕДЕНИЕ

Молдияр Ергебеков & Жанар Темирбекова 10

ПОЛИТИКА И ПОВСЕДНЕВНАЯ ЖИЗНЬ

Как лучше наладить коммуникации между властью и обществом:
вызовы COVID-19 для государственного управления

Раушан Дуламбаева & Таисия Мармонтава 14

Образ сильного социального государства в медиа

Оразай Кыдырбаев 31

Влияние информационной политики Министерства здраво-
охранения Республики Казахстан в период пандемии COVID-19
на распространение коронавирусной инфекции в городе Шымкент

Наталья Ворошилова 47

Фреймы региональных медиа об антиковидных мерах во время
пандемии COVID-19. На примере Атырауской и Павлодарской
областей

Амина Урпекова 70

Свадебные торжества казахского народа в период COVID-19
и их освещение в казахстанских СМИ

Динара Абилденова 84

ЯЗЫК, КОНТЕНТ И ДИСКУРС

Лингвопрагматика отражения пандемии COVID-19 в
казахском медиатексте

Майра Жолшаева & Айман Жанабекова 94

Пандемия COVID-19 как анафема коммерциализации медицины и сознания: существует ли в казахстанской медиа четкий дискурс, критикующий коммерциализацию сознания и коммерциализацию функций государства	
Галым Жусипбек	118
Контент-анализ освещения пандемии COVID-19 в казахстанских англоязычных СМИ: создание идиллических фасадов или следование фактам?	
Ильдар Даминов	146
Прагматическая специфика и успешность речевых воздействий дискурса 42 500 тенге в контексте правительственных брифингов в период пандемии COVID-19	
Анна Климченко	168
Образ COVID-19 в новостях Казахстана на примере публикаций в Tengrinews и Holanews	
Ясемин Озер	186
ЛОЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И КОНСПИРОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ	
Конспирологические теории и дезинформация в казахоязычных медиа	
Есенгул Капкызы	202
Независимая экспертиза на казахстанском телевидении как фактор противодействия распространению дезинформации во время пандемии COVID-19	
Маргарита Бочарова	214
Дезинформация и мисинформация в дискурсе COVID-19 на казахстанских интернет-порталах	
Айдана Тлеулесова	227
Обзор социальных медиа Казахстана в период COVID-19	
Айнур Сламгажы	245
Теории заговора и дезинформация в казахстанских Telegram-каналах во время пандемии COVID-19	
Алла Кислова	259

БЫТОВОЕ НАСИЛИЕ

Рост случаев бытового насилия во время COVID-19 и роль социальных медиа, освещающих эту тему в Казахстане

Аида Даржанова

269

Роль новостных порталов в повышении осведомленности о гендерном насилии в семье во время пандемии: сравнительный анализ – Казахстан, Германия и Румыния

Диана Алпысбаева & Дина Джужбаева

290

ИСКУССТВО И КУЛЬТУРА

Проза и поэзия COVID-19 в Казахстане (Литература дней «короны»)

Айнур Толеу

315

Коронавирус... Кет! Кет! Кет!

Молдияр Ергебеков

330

Казахский юмор во время пандемии (COVID-19): мемы казахстанских интернет-пользователей

Дана Уразова & Дильдар Сердалы

352

ОБ АВТОРАХ

374

ПРЕДИСЛОВИЕ

Кристоф П. Мор

**Региональный директор Фонда имени
Фридриха Эберта в Казахстане и Узбекистане**

ЗАЧЕМ НУЖНА КНИГА О COVID-19 В ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАЗАХСТАНА?

Если говорить коротко, то социальные медиа внесли значительный вклад в инфодемию COVID-19 – переизбыток информации, по всему миру – это верно и в отношении Республики Казахстан.

Если мы попытаемся дать развернутый ответ, то он будет более многоплановым. В то время как мировая экономическая система и глобализация продолжают способствовать более тесной интеграции и глобальной конкуренции, технологические преобразования будут продолжать содействовать образованию сообщества людей, которые извлекают из этого выгоду, и тех, кто к их рядам не примкнул. Это обеспечивает по-настоящему глобальный доступ к информации и обмену, что в равной степени предполагает появление как победителей, так и проигравших. Во время пандемии это было заметно во всех аспектах жизни, но прежде всего в социальных сетях.

В течение нескольких месяцев эпидемия коронавируса 2019 года (COVID-19), часто подпитываемая калейдоскопически выстроенной дезинформацией, доминирует в общественном дискурсе и новостных сообщениях, рождая страх, неопределенность и отсутствие доверия к государственным институтам.

Пандемия коренным образом изменила то, как люди воспринимают жизнь. Сообщества во всех уголках мира вынуждены были пересмотреть то, как они организуют основы повседневной жизни – начиная от обучения молодежи, общественных собраний, работы и заканчивая досугом или даже путешествиями. Почти все на нашей планете сталкивались с ограничениями на такие формы бытования, наносящие ущерб нашим сообществам. Студенты в основном учились онлайн и поэтому потеряли всякое чувство принадлежности к большей группе. Встречи с людьми – в частном или деловом порядке – внезапно стали возможны только в интернете. Пожилые люди были физически изолированы, их связь со своими семьями прервалась. Компании, семейные предприятия, молодые предприниматели или уличные торговцы потеряли свой источник дохода и средства к существованию. Рабочие по всему миру столкнулись с вытеснением рабочих мест, снижением заработной платы или были уволены. На сегодняшний день пандемия по-прежнему создает экономические трудности, вызывая глубокую озабоченность потребителей, бизнеса и сообществ по всему миру.

В конце концов, было потеряно много жизней.

Работа правительства в глазах граждан в основном оценивалась в срезе информации об ежедневном уровне заражения, способности объяснять и отстаивать принятые меры, успешности кампании по вакцинации, которая набирала и набирает обороты, которая, конечно, активно обсуждалась на платформах социальных сетей. Большое внимание к легитимности результатов, обсуждаемых в свободной для всех арене социальных сетей, напрямую связывает эффективное управление с общественным дискурсом. Это ярко продемонстрировало то, как COVID-19 – интенсивно обсуждаемый на этих платформах – представлял и представляет угрозу демократическим решениям, а также коллективной борьбе с вирусом, поскольку дезинформация, фейковые новости и теории заговора в социальных медиа ставят под угрозу меры, принятые для борьбы с пандемией. В таких странах, как Танзания или Бразилия, политические лидеры использовали дезинформацию и фейковые новости, чтобы отвлечь население от провала мер правительства в ответ на пандемию. Тем не менее социальные медиа также объединили людей во всем мире в коллективной борьбе с пандемией.

Пробиваясь сквозь границы и языковые ограничения, коллективный дух ощущался в цифровом формате. На короткий миг глобализованный мир объединился против микроскопического врага. Однако это поистине масштабное мировое событие длилось всего мгновение, поскольку большинство политических решений все еще принималось на уровне государств. Кампании вакцинации показали ограниченность всемирной солидарности и многосторонних решений глобальных проблем. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Telegram и другие стали эхо-камерами для так называемых альтернативных фактов, подрывающих научные исследования и их результаты. Дискурс в платформах социальных сетей часто перекликались с нарративом «мы против них», который раскалывал общество на отдельные сегменты.

В зависимости от социальных сетей, которые вы используете, некоторые сообщения могут выглядеть следующим образом:

«...так называемая пандемия COVID-19 была обманом, придуманным для того, чтобы посеять всеобщую панику, контролировать общество и украсть победу на выборах».

«COVID-19 действительно немногим более опасен, чем обычная простуда. Всплеск числа случаев, о которых сообщают СМИ, распространяющие фейковые новости, был полной фальсификацией».

Если вам трудно читать эти строки, вы не одиноки. С другой стороны, многие вчитываются в публикации или комментарии, близкие к этим высказываниям. Похоже на то, что истина, непроверяемые факты и научные исследования больше не имеют значения. В мире, в котором просмотр нескольких видеороликов на YouTube и чтение блога считаются «информированием себя», каждый может быть экспертом. Платформы позволяют любому человеку распространять информацию – делиться взглядом на нашу реальность. Это можно сделать, набрав 280 символов в твите, создав видеоблоги, снэпы, сториз или собственный веб-сайт. Это может быть сделано отдельными лицами, группами или даже государственными акторами при минимальной верификации распространяемой информации или совсем без каких-либо проверок.

Идея платформ социальных сетей изначально основывалась на демократически организованной и рыночной логике: мнения всех и каждого борются в дискуссионном плане за лайки и ретвиты. В этом есть доля правды на сегодняшний день, но она по-прежнему приносится в жертву на алтарь конкурентоспособности. Платформы социальных сетей постепенно отошли от идеалистической идеи онлайн-агоры мнений к эхо-камерам ненависти, дезинформации и вмешательства. Регуляторы по всему миру только начали заглядывать в темное сердце темной экономики манипулирования данными и влиянием на избирателей, перегруженное во время пандемии.

Дезинформация – ложная информация с намерением обмануть, подпитываемая бот-армиями, умными стратегиями и спонсируемым контентом – продолжает распространяться. Big tech, собирая огромное количество информации о своих пользователях, позволяет рекламодателям точно ориентироваться на группы людей и, следовательно, широко распространять любую информацию, которая может быть правдивой или ложной. Их способность формировать поведение людей, а стало быть, и общества, накапливалась во время президентских выборов в США в 2016 году, когда местные и зарубежные пропагандисты использовали социальные сети для распространения дезинформации, которая помогла настроить общество против самого себя. В контексте нынешней пандемии фейковые новости, дезинформация, а также теории заговора могут значительно повлиять на все аспекты жизни, особенно на психическое здоровье человека. До сих пор почти ничего неизменно о том, каких долгосрочных последствий следует ожидать в этой сфере.

Среди распространенных во время COVID-19 тем есть ведущие в заблуждение нарративы о «китайском вирусе» и использовании отбеливателя для «лечения» болезни. Почти все ложные истории сфабрикованы и распространены без какого-либо контроля качества или проверки информации. Часто в основное обсуждение вводятся элементы дезинформации, что, по-видимому, укрепляет существующее разделение мнений. Все без исключения аспекты SARS-CoV-19 были подвержены влиянию неточной или поддельной информации: уровень смертности, как распространяется вирус, как можно предотвратить инфекцию, как ее можно вылечить или откуда взялся вирус. Часто такой уровень дезинформации приводит к изменениям в поведении, восприятии и коммуникации людей и, в конечном счете, к большему риску. Этот *устойчивый источник* дезинформации в период пандемии наносит ущерб большему числу людей и ставит под угрозу доступность и стабильность глобальной системы здравоохранения.

Пандемия была и остается уникальным событием – не только с эпидемиологической точки зрения, но и с учетом масштабов дезинформации и связанных с ней последствий для политиков, правительств и людей во всем мире. Поэтому акцентирование того, что всем (социальным) медиа необходимо сформировать основанные на фактах, ориентированные на людей и выстроенные на сотрудничестве меры реагирования на освещение COVID-19 пригодится в мире, разделенным больше, чем когда-либо.

Республика Казахстан не стала исключением.

В стране, где общее недоверие к институтам власти очень велико, теория заговора в отношении COVID-19 распространяется свободно. В

недавнем исследовании, проведенном Фондом имени Фридриха Эберта в Казахстане (Исследование о молодежи, 2021 год), мы обнаружили, что только 13,8 % молодых людей полностью доверяют политическим лидерам, в то время как намного большее число молодых людей, 56,1 %, по-видимому, вообще им не доверяют. Поэтому неудивительно, что теория заговора, ложная информация и откровенная ложь, тематически связанные с пандемией и реакцией правительства, нашли множественный отклик на платформах социальных сетей в Казахстане. Они содержат информацию о правительственном заговоре, согласно которому власть передается Биллу Гейтсу и США; правительство изобрело COVID, чтобы убить некоторых своих граждан, а вакцинация связана с контролем над широкой общественностью. Очевидно, что теория заговора и дезинформация в Республике Казахстан имеет сходство с тем, что встречается в большинстве стран. Также сопоставимы последствия распространения теории заговора и дезинформации для эффективности ответных мер Казахстана на пандемию. В самом деле, дезинформация о COVID-19, кампании по борьбе с вакцинацией и фейковые новости ставят под угрозу успешное реагирование на пандемию и способствуют экономическим трудностям и утрате человеческих жизней.

В этой книге мы попытались отразить важное многоаспектное и поучительное представление о роли социальных сетей в свете все еще бушующей пандемии, которая бросила вызов правительствам, гражданам и системе здравоохранения. Давая обобщенную картину происходящего, мы привносим различные точки зрения в текущую глобальную дискуссию.

Мы надеемся, что данное собрание исследований из Страны Великой степи станет для вас интересным и в равной степени информативным.

Апрель, 2021.

ВВЕДЕНИЕ

Молдияр Ергебеков & Жанар Темирбекова

На данный проект нас вдохновило поступившее в августе 2020 года предложение Фонда имени Фридриха Эберта в Казахстане провести исследование, касающееся конспирологических теорий в медиа Казахстана в период пандемии COVID-19. С радостью приняв эту идею и посоветовавшись между собой, мы в свою очередь предложили Фонду провести масштабное исследование о состоянии медиа Казахстана в период пандемии в целом. К этому нас подтолкнуло отсутствие в нашей стране традиции своевременного исследования важных явлений в момент их происшествия, будь то радостное событие, как получение Независимости, или негативное – кризисная пандемия COVID-19. Однако наличие такого анализа очень важно. Необходимо закрепить в общественной памяти происходящее, зарегистрировать реакции, чувства и оценки человека, общества и правительства в момент событий, а также оценить их с научной точки зрения. Фонд принял наше ответное предложение.

В августе 2020 года было опубликовано информационное письмо или *Call for papers*, адресованное ученым и исследователям, желающим заняться исследованиями на тему «COVID-19 в медиа Казахстана». Также, мы пригласили и специалистов других сфер, заинтересованных в проведении подобных научных исследований – журналистов, социологов, специалистов общественного здравоохранения и др. Цель проекта состояла в том, чтобы всесторонне раскрыть эту тему с точки зрения экспертов в различных областях. Вирус COVID-19, появившийся в декабре 2019 года в китайском городе Ухань, распространился по всему миру и стал глобальной проблемой в социальной, экономической, политической и культурной сферах. СМИ и социальные сети оказались в самом центре проблемы пандемии. С момента объявления карантина люди во всех странах мира делились эмоциями через медиа, различные точки зрения пересеклись на одном канале, и медиа в прямом смысле приобрели функцию образования и просвещения.

Власти пытались ограничить свободу прессы и журналистской деятельности во время чрезвычайного положения. В целях противодействия этому многие национальные и международные журналистские организации и сторонники свободы СМИ во всем мире выступили против цензуры и при необходимости продвигали распространение информации через альтернативные источники. Об этом также было объявлено в совместном обращении Организации Объединенных Наций, Межамериканской комиссии по правам человека и Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (OSCE, 2020). Организация «Репортеры без границ» запустила приложение *Tracker-19*, чтобы отслеживать и оценивать влияние пандемии коронавируса на журналистику и свободу слова и продвигать доступность информации (RSF, 2020). Международный институт прессы начал пристально отслеживать нарушения свободы прессы в связи с пандемией COVID-19

(IPI, 2020). Комитет по защите журналистов подготовил и регулярно обновлял инструкции о мерах защиты, направленных на сохранение физического и психологического благополучия журналистов, работавших в период вспышки коронавируса (CPJ, 2020).

Главной же проблемой медиа в период пандемии стало распространение дезинформации о вирусе COVID-19. Зарегистрировано много случаев, когда ложная информация публиковалась во всех СМИ, как в самых скандальных изданиях, так и в самых уравновешенных; от традиционных медиа до новых. Различные конспирологические теории о COVID-19 также нередко распространялись через медиаканалы, что сформировало основную повестку дня, особенно в социальных сетях. К тому же, начиная с марта 2020 года тиражи газет и журналов во всем мире значительно сократились. Из-за сокращения рекламы, медиа как индустрия, столкнулись с большим экономическим кризисом, несмотря на то, что отрасль работала даже в период карантина.

Принимая во внимание вышеизложенное, на наше информационное письмо, отправленное при поддержке Фонда имени Фридриха Эберта в Казахстане, откликнулись и представили свои исследовательские проекты более 50 авторов. Выбрав 25 работ, мы приступили к реализации проекта. Однако по известным и неизвестным причинам пять исследовательских проектов остались незаконченными. Остальные 20 исследований вошли в это издание. Они охватывают:

- Способы распространения информации в медиа Казахстана во время пандемии COVID-19;
- Отношения между казахстанскими медиа и дискурсами политической власти в Казахстане в период COVID-19;
- Отражение в медиа проблемы дефицита лекарств и оборудования;
- Освещение в медиа мнения экспертов по COVID-19;
- Формы и способы тематизации культурной пропаганды о коронавирусе в СМИ, проблемы охраны здоровья граждан;
- Дезинформация, связанная со здоровьем, вредные советы и поддельные «методы лечения» в медиа;
- Решения и действия правительства и отражение общественного мнения в медиа;
- Проблемы конспирологических теорий и дезинформации об эпидемии COVID-19;
- Дискурсы о бедности, миграции, расизме, религии и ксенофобии, отраженные в медиа в контексте COVID-19;
- Риторика пандемии в медиа;
- Отражение проблем кибербуллинга, дискриминации и стигматизации, направленных на пациентов с COVID-19;
- Внимание медиа к проблеме бытового насилия, обострившейся в период COVID-19;
- Искусство в период пандемии COVID-19 и другие темы.

В нашем коллективном исследовании мы акцентировали внимание на наличии научного обоснования, вопросов и гипотез, методов исследования. Мы понимаем, что мы не смогли избежать недостатков. Но мы также надеемся, что они будут устранены в исследованиях, которые последуют в будущем. В этом смысле, нужно понимать, что ни один из текстов не является законченным.

Если охарактеризовать одним словом результаты труда, проделанного в течение года, то это будет слово «скорбь». Мы вместе с учеными, исследователями, студентами скорбели по жертвам COVID-19, по тем женщинам и детям, которые подверглись домашнему насилию, по тем, кто не смог найти лекарства или остался один на один со своей бедой. Джудит Батлер, одна из ведущих мыслителей современности, утверждает, что разлука с живым существом и следующий за ней траур могут объединить человечество, и поэтому скорбь очень важна (Butler, 2003). Желаем, чтобы наша скорбь стала поводом размышлений для читателей, журналистов и специалистов медиа, членов правительства и госслужащих, сотрудников неправительственных организаций и общественных активистов. Надеемся, что наша монография поможет извлечь уроки из ошибок, посмотреть на мир другими глазами и будет способствовать созданию эффективной коммуникации.

Алматы–Туркестан, 2021.

Список использованной литературы

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

КАК ЛУЧШЕ НАЛАДИТЬ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И ОБЩЕСТВОМ: ВЫЗОВЫ COVID-19 ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Раушан Дуламбаева & Таисия Мармонтава

Введение

Проблемы управления сегодня весьма разнообразны. Вопросы эффективности применения властных ресурсов актуальны во всем мире, и их масштаб и глубина только возрастают. Можно с высокой степенью вероятности утверждать, что основой сегодняшнего кризиса в государственном управлении является неопределенность треков будущего развития.

Рост локальных инноваций, таких как автоматизированные производства, цифровизация, электронные деньги, имеющие влияние на судьбы основных валют, порождают стремительные перепады в процессах развития.

Следствием коронавирусного кризиса, принявшего глобальные масштабы, стал серьезный рост давления на государственное управление. Вызовы пандемии требуют от управленцев развитых навыков и новых умений исходя из волатильности и высокой непредсказуемости. Все это – на фоне растущих ожиданий граждан.

По мнению председателя управляющего комитета Астанинского хаба в сфере государственной службы А. М. Байменова (dba.uz, 2020), пандемия четко продемонстрировала, что понятия «доверие» и «уважение» являются не только социальной ценностью, но и важным капиталом государственного управления.

Пандемия в Казахстане стала одним из самых серьезных потрясений. Общие меры, принятые правительствами во всем мире, включают переход на дистанционную работу, ограничения на передвижения, запреты на общественные собрания, финансирование медицинских учреждений, новые формы социального обеспечения, отслеживание контактов и другие меры по сдерживанию распространения вируса. Государство в Казахстане, решая нарастающий вал управленческих проблем, как спровоцированных пандемией, так и копившихся весь период постсоветского развития, фактически должно решать вопросы выживания, и это требует принятия новых и необычных решений.

С марта 2020 года государственный аппарат работал на пределе. Общество, бизнес, гражданские активисты активно выражали недовольство комплексом мер, которые пришлось применять для сдерживания распространения инфекции. И сейчас назрел вопрос выработки новых стратегий взаимодействия, исходя из того, что заорганизованная система

администрирования перестает отвечать требованиям новой эпохи. Недостаточно издать постановления или ввести новые правила: нужно объяснить, показать и доказать их необходимость посредством медиа. В цифровую эпоху медиа является ключевым механизмом в обмене инфопотоками.

Попытки преодолеть административный кризис через инновационные механизмы управления в Казахстане предпринимаются, но они несистематичны и разрозненны. Трендом современного истолкования государственной службы как сетевого взаимодействия можно назвать расширение взаимодействия за границы гражданского общества, а также усложнение сети. Управление «на уровне людей» посредством эффективного взаимодействия и медиа может трактоваться как синтетический феномен (Provan, 2008), при котором происходит наделение госслужащих и населения взаимосвязанными, взаимообусловленными полномочиями. По сути, имеет место превращение общественно-государственного в государственно-общественное поручение (Барбашев, 2016). Пандемия стала катализатором трансформации работы государственного аппарата. Несмотря на предпринимаемые правительством антикризисные меры, стратегия коммуникаций государственных органов не всегда является действенной, а именно в части скорости и адекватности, полноты предоставления информации обществу. Это вызывает споры между политиками и общественностью, встает вопрос целесообразности тех или иных действий, их эффективности, своевременного форсирования или отмены, роста социальной напряженности и панических настроений, недоверия государству и т. д. Роль медиа в этом процессе очень велика. Именно медиа в ситуации кризиса представляется тем передаточным звеном, которое позволяет организовать двустороннюю коммуникацию и избежать социального расслоения.

Таким образом, авторы ставят перед собой цель рассмотреть проблему эффективных коммуникаций между казахстанской властью и обществом в условиях коронавирусного кризиса.

Реализация поставленной цели возможна посредством решения комплекса исследовательских задач:

- изучение социального портрета казахстанца в период пандемии;
- анализ коммуникационных стратегий власти;
- изучение информационных предпочтений граждан Казахстана.

Достижение поставленных целей возможно посредством применения комплекса исследовательских методов, включающих инструменты социологии, информационный анализ и структурный анализ медиа.

При написании данного материала были использованы результаты исследований, проведенных летом-осенью 2020 года по заказу Астанинского хаба государственной службы, и сделанных в рамках кооперации с медицинским сообществом г. Нур-Султан, в частности ТОО «Салуатты -Астана» (astanacivilservicehub.org, 2021).

Социальное самочувствие казахстанцев в период пандемии: анализ общественного запроса на коммуникации

COVID-19 стал одним из ключевых медиаповодов и основным источником для разговоров обывателей. Чрезвычайное положение, введенное сроком на 60 дней в марте 2020 года, позволило сдержать течение эпидемии, но в июле она нанесла ответный удар, и рост инфекции принял практически неконтролируемые масштабы. Власть ответила введением локдауна. Летом перед чиновниками стоял непростой выбор между борьбой с призраком бедности и рецессии и сражением с вирусом за человеческие жизни.

В пик вспышки по просьбе представителей медицинской общественности были сделаны замеры общественного мнения. Медикам было важно получить максимально взвешенное мнение о ситуации в обществе, чтобы быть готовыми отвечать на вызовы новой волны коронавируса. Экспертам в области общественных настроений было важно иметь возможность в режиме реального времени отслеживать изменения социально-политического фона и давать рекомендации соответствующим государственным органам и структурам.

О методологии: на основе «техники снежного кома» был проведен опрос общественного мнения, в котором приняли участие 9227 человек (72 % женщин и 28 % мужчин). Участниками опроса были совершеннолетние, преимущественно проживающие в городах Казахстана.

Медики установили, что ключевое влияние на тяжесть течения COVID-19 имеет образ жизни и вредные привычки человека. Среди таковых факторов у казахстанцев лидируют употребление алкоголя (22,9 %), курение (15,4 %), а также такие состояния, как лишний вес (17,4 %) и высокое кровяное давление (9,1 %). При этом множество респондентов, на момент опроса имевших подтвержденный диагноз коронавирусной инфекции, имели лишний вес (44,3 %) и высокое давление (84,7 %). У всех отмечалась дыхательная недостаточность (100 %), у большинства – повышенный холестерин (94,7 %).

Кроме того, проведенное исследование подтвердило одно из предположений, выдвинутых международными исследователями, что в большей степени воспринимают вирус те, у кого вторая группа крови. Из тех опрошенных, у кого был установлен COVID-19, все, кто смог назвать точно свою группу крови, оказались обладателями второй группы.

На момент пика заболеваемости, 18,2 % опрошенных ответили, что они здоровы; о наличии у них хронических заболеваний сообщили 11,4 %; а 7,8 % подтвердили, что у них имеются симптомы респираторных заболеваний, такое же количество респондентов указало на то, что они больны (по их мнению, коронавирусной инфекцией); 8,9 % участников опроса указали на то, что у них был выявлен COVID-19. Большое число респондентов (46 %) указали на то, что думают о наличии у них коронавирусной инфекции.

В международных медиа активно обсуждался вопрос о том, что коллективный иммунитет может стать единственным ответом вызову пандемии. Не остался в стороне от этого инфотренда и Казахстан. В разрезе страны пальму первенства по числу зараженных занимают Нур-Султан и Алматы. По данным сайта coronavirus2020.kz (www.coronavirus2020.kz, 2020), по состоянию на 16 октября 2020 года с марта по октябрь в г.

Нур-Султане было зафиксировано 14 274, в г. Алматы – 14 495 случаев коронавируса. Вирус победили 13 672 и 14 141 человек соответственно. В Алматы, со слов Главного государственного санитарного врача Жандарбека Бекшина, были предприняты робкие попытки изучения коллективного иммунитета. В СМИ прошла информация, что, по данным проб одной из лабораторий, на начало третьей декады июля 2020 года за последние три недели коллективный иммунитет среди населения возрос с 14 % до 23 % (tengrinews.kz, 2020).

Если сопоставить эти, пусть и предварительные, данные с теми, что дал социологический анализ, который во временном отрезке совпадает с датами заявления Ж. Бекшина: у 16,7 % респондентов, по их мнению, или протекает, или был установлен коронавирус. То есть 16 из 100 казахстанцев могут считаться обладателями иммунитета. И это недостаточная цифра: так, по мнению британцев, пороговые значения коллективного иммунитета должны быть доведены до 60–70 % (bbc.com, 2020).

Есть определенная логика в высказываниях генерального директора одной из медицинских компаний Фуата Дивеева, который озвучил такие данные: из 300 проведенных ими за один день исследований на иммуноглобулин класса G 60 % исследований дали положительный результат. Это значит, что эти 60 % людей в том или ином виде сталкивались с ковидом (pavlodarnews.kz, 2020). В проведенном социологическом исследовании 46 % опрошенных, т. е. практически каждый второй, сталкивался с коронавирусом.

А эти данные уже практически идентичны с теми, которые приводят международные эксперты. При этом нужно понимать, что в этом исследовании делается попытка социологическим инструментарием подтвердить или опровергнуть предположения, выдвигаемые медиками.

Каждый четвертый из опрошенных не смог ответить на вопрос, где он заразился коронавирусом. Каждый пятый из опрошенных ответил, что мог заразиться после общения с коллегами, друзьями, членами семьи и родственниками. Однозначно, даже методами социологии, подтверждается тезис о том, что COVID-19 передается посредством социальных контактов, и меры социального дистанцирования сейчас единственный действенный метод противодействия росту заражений.

Медиаполе пестрит мнениями по поводу того, как разного рода события способствуют или противодействуют росту динамики заражений. В частности, самый обобщенный анализ информационных лент основных казахстанских ресурсов, таких как «Информбюро», Tengrinews, 365.kz и многих других демонстрирует, как казахстанцы, игнорируя запреты, проводят пышные празднества и тои. Даже глава государства отрицательно высказывался о традициях пышных празднований, заметив, что сейчас не время восхищаться традициями проведения тоев в духе поговорки «Той тойға ұлассын». К. К. Токаев заявил, что в технологическую эру нужно оставить праздные разговоры, самовосхваление. По мнению Президента, в эпоху самовывживания труд как образ жизни должен выходить на передний план (informburo.kz, 2020). При этом, по итогам опроса, только 1 из 20 опрошенных связывает свое заболевание с посещением семейного и праздничного мероприятий. Заметим одну особенность: опрос проходил в пик заболеваемости 2020 года, и социум уже начинал понимать правила поведения во время пандемии.

С учетом заболеваемости и статистики, вызывает недоумение жесткая

позиция государства по отношению к правилам работы спортивных залов. Только 1,2 % опрошенных указали на то, что возможно заболели после занятий спортом. И на этом фоне жесткие, а местами и просто жестокие ограничения привели к тому, что, по словам Татьяны Салатиной, главы ассоциации операторов фитнес-индустрии, не пережили двух карантинных порядков трети фитнес-центров и клубов, еще 20 % планируют закрыться даже без жестких ограничений. Во время написания этой статьи в ряде западных регионов – например, в Атырау и Актау, – снова запретили работу спортивных залов, хотя статистика нарушений санитарного режима свидетельствует о том, что залы серьезно отнеслись к соблюдению санитарных правил и норм (lsm.kz, 2020).

Среди возможных причин заражения указаны также походы в торговый центр (4,4 %), посещение кафе или ресторана (2,2 %), поездка в общественном транспорте (9,1 %). Четко видно, что незначительное число граждан связывает свою болезнь с упомянутыми видами социальной активности. С учетом ситуации и периода проведения опроса, граждане просто не имели возможности посещать торговые центры, кафе и рестораны, которые работали в резко ограниченном режиме, а общественный транспорт работал в усеченном варианте.

Прослеживается специфика социальных ролей женщин: в процентном соотношении большая часть женщин предполагает, что заразилась в результате общения, а мужчины считают причиной своего заболевания поездку в общественном транспорте или посещение семейного или памятного мероприятия.

Участников опроса спрашивали, кто из их окружения стал источником инфекции. Понятно, что данные не являются абсолютно достоверными, так как не подкреплялись лабораторной диагностикой. Один из четырех участников считает, что источником заражения для него стал кто-то из родственников, каждый пятый указал на то, что источником заражения для него стали коллеги. Один из 10 опрошенных заразился от родителей. Источником заражения своих детей посчитали 4,9 % опрошенных.

Актуальной мерой противодействия заражению на сегодня являются средства индивидуальной защиты. Интересно, что только 0,5 % опрошенных отрицают использование средств индивидуальной защиты в любом виде. И это также не соответствует ситуации на медиаполе, когда каждое СМИ считает своим долгом предположить, что граждане сами виноваты в росте заражений по причине неиспользования рекомендуемых средств защиты.

Треть опрошенных респондентов указали на то, что используют антисептики. Каждый четвертый опрошенный указал на использование многоразовых масок, каждый пятый указал, что использует респиратор. Примерно 10 % регулярно используют медицинские маски. 13,2 % опрошенных указали, что регулярно используют медицинские перчатки. Интересно, что среди тех, кто не использует средства индивидуальной защиты, преобладают представители мужского пола (8,5 %), против 0,1 % представителей женского пола. 72,3 % мужчин предпочитают защищать себя с помощью медицинской маски, а женщинам более свойственно (83,9 %) использовать многоразовую маску.

При этом социологический опрос показал, что медицина, несмотря на бодрые рапорты об успешной борьбе с заболеванием, не справилась с пиковыми нагрузками. 54,6 % опрошенных указали, что к врачам

не обращались. 40,7 % респондентов заявили, что обращались за медицинской помощью. 4,7 % опрошенных заявили, что выбрали для себя другой вариант борьбы с инфекцией.

Из тех, пациентов, которые обращались за помощью к медикам, практически в три раза чаще обращались в государственную поликлинику. Каждый пятый опрошенный (22,2 %) указал, что получил назначение по лечению у врача общей практики. Поток пациентов в государственные поликлиники был в три раза выше, чем в стационары и частные медицинские центры. В итоге под влиянием массового потока люди или предпочли не обращаться к врачам, предпочитая бороться с заболеванием самостоятельно, или же не смогли попасть на прием. Доля таких пациентов колебалась в зависимости от типа медицинского учреждения между 2,9 и 8,2 %. Причем, по мнению респондентов, сложнее всего попасть на прием было к участковому врачу по месту прикрепления. Высокие доли тех, кто не обращался за помощью в скорую (51,5 %) или больницу (49,9 %) подтверждает, что преимущественно болезнь протекала в легкой и средней форме, и не всегда была необходимость в активной и массажированной терапии. Каждый пятый из опрошенных указал, что лечение от коронавируса обошлось ему в сумму от 40 до 50 тысяч тенге. При этом менее 1 из 100 опрошенных указали на то, что их расходы были покрыты государством, работодателем или страховой компанией. Налицо проблема, связанная с тем, что в период форс-мажорной ситуации пациентам приходилось самим решать вопрос своего лечения.

Таким образом, можно сделать вывод, что среднестатистический казахстанец, проживающий в городе, серьезно воспринял угрозы пандемии, использует средства защиты, носит маски, применяет антисептики. При этом этот же гражданин не имеет возможности свободного доступа к врачу, к которому он прикреплен по месту проживания, хотя платит страховые взносы. По сути, в период июльской вспышки он был лишен бесплатной медицинской помощи, и то минимальное пособие, о котором постоянно говорили в СМИ, уходило на лекарства. Стоит отметить, что эти и ряд других проблемных вопросов остаются без четких ответов.

Эффективные коммуникации: роль и место медиа

В заголовке этой статьи был вынесен вопрос эффективных коммуникаций. В эпоху кризиса и потрясений именно коммуникации становятся тем каналом, который дает возможность власти и обществу взаимодействовать, своевременно обмениваться информацией, находить болевые точки и устранять проблемы. Одной из основных проблем пандемии в нашей стране стали откровенно слабые и непродуманные коммуникации. Органы государственного управления не ведут разъяснительной работы, а то, что преподносится таковое, имеет низкое качество подготовки, непроработанную стратегию донесения и, как результат, – падение уровня доверия к официальной информации и потенциальный рост конфликтности.

Было установлено, что эффективность коммуникационных стратегий зависит от каналов распространения удобных в использовании, доступных платформ, посредством которых распространяется информация. В связи с этим именно медиа играют особую роль в распределении информационных потоков.

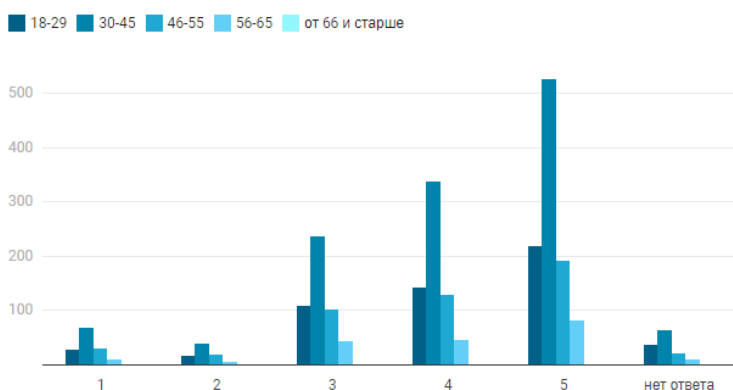
Методология исследования строилась на сборе данных путем социологического опроса и их последующей обработке и моделировании посредством сервиса Power BI.

Выводы можно сформулировать следующим образом. Уровень информационной удовлетворенности положительно зависит от восприятия действенности мер государственных органов по стабилизации эпидемиологической ситуации и отсутствия сложностей при поиске достоверной информации от государственных органов.

Также есть взаимосвязь между увеличением восприятия действенности мер государственных органов по стабилизации эпидемиологической ситуации и ростом уровня информационной удовлетворенности.

Рисунок 1.¹

Степень информационной удовлетворенности



Анализ диаграммы показывает, что получаемой информацией в период пандемии довольны респонденты в возрасте от 30 до 45 лет. Низкий уровень информационной удовлетворенности показывают респонденты в возрастной категории от 18 до 29 лет и от 56 до 65 лет.

Также методика проведения исследования предусматривала такие критерии оценки информационной удовлетворенности, как достаточность, оперативность и возможности получения информации.

Удобными каналами распространения достаточного объема информации о заболеваемости являются интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях, информационные бюллетени, SMS-уведомления.

Для распространения оперативной информации о заболеваемости удобны такие каналы распространения информации, как интернет-порталы, сайты государственных органов, пресс-конференции и

¹ Составлено по итогам массового опроса www.astanacivilservicehub.org.

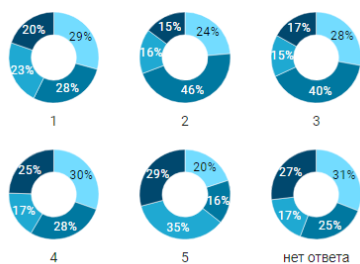
брифинги, блоги первых лиц органов власти, официальные страницы государственных структур.

Такие каналы, как интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях являются действенными каналами распространения достаточной и оперативной информации о заболеваемости, превентивных мерах.

Уровень оценки удобства получения информации в условиях пандемии через каналы по возрасту

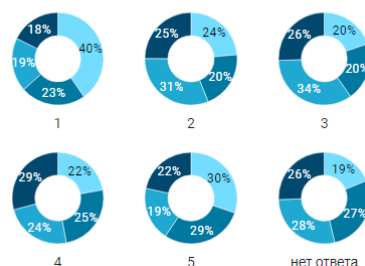
Интернет порталы

46-55 56-65 18-29 30-45



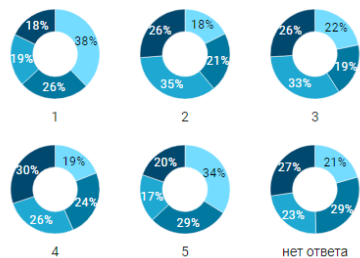
Сайты государственных органов

18-29 30-45 56-65 46-55



Страницы ГО в социальных сетях

18-29 30-45 56-65 46-55



Телевидение

18-29 30-45 56-65 46-55

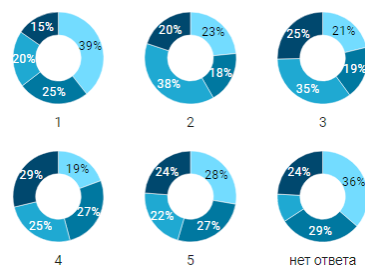


Рисунок 2²

Наиболее актуальными каналами получения достаточной, оперативной информации по заболеваемости, превентивным мерам для молодых людей (возраст 18–29 лет) являются интернет-порталы, хотя они также посещают сайты государственных органов, официальные страницы государственных органов в социальных сетях, телевидение. И это вполне обосновано, так как молодые люди предъявляют спрос на более креативную, разностороннюю, полную и в то же время достоверную информацию. Критичный взгляд, желание проверять и сравнивать различные виды информации, технологическая грамотность – это

2 Составлено по итогам массового опроса www.astanacivilservicehub.org.

основные черты современных молодых людей объясняют во многом их интерес к данным каналам распространения информации.

Тогда как, респонденты в возрасте 56–65 лет не склонны считать удобными в пользовании интернет-порталы, так же не отдают своего предпочтения официальным сайтам государственных органов. Зачастую, люди старшего возраста пользуются газетами и журналами, не все могут заходить на различные информационные платформы, требующие знания компьютера, поисковых скилсов

Также удобство восприятия информационных каналов зависит от сферы деятельности респондентов. Так, сайты государственных органов удобны в основном для государственных служащих, работников бюджетной сферы (оценки 5 и 4 по пятибалльной шкале, доля свыше 30 %). Примечательно, что интернет-порталам свыше 40 % респондентов по всем сферам деятельности поставили оценку 5 баллов.

Страницы государственных органов в социальных сетях удобны для работников сельского хозяйства, государственных служащих, служащих частных компаний и представителей СМИ, неудобны для безработных; также среди последней категории больше всего не ответивших по каналу «страницы государственных органов в социальных сетях». Блоги первых лиц органов власти удобны для работников сельского хозяйства, безработных и неудобны для работников сферы услуг и домохозяек.

Газеты и журналы как канал распространения информации не удобны для работников сферы торговли и услуг, сельского хозяйства, студентов и учащихся.

Важным элементом в коммуникационных стратегиях государственных органов является доверие населения, в частности к источникам и каналам информации со стороны государства. Так, прослеживается значимая связь между восприятием населением эффективности деятельности государственных органов и доверием к источникам информации. В исследовательский ракурс было принято несколько источников информации – официальные сайты, «Одноклассники», официальные трансляции брифингов в Службе центральных коммуникаций (СЦК) и на региональном уровне, Facebook, Instagram, VK, телевидение и др. В поле информации интерес представлял тип канала, связанный с транслированием через органы власти. Матрица элементов по многофакторной связи показывает, что имеется корреляция между оценкой эффективности государственных органов в период пандемии и доверием к конкретным источникам информации, а именно: официальные сайты, «Одноклассники», официальные трансляции брифингов в СЦК и на региональном уровне. Так, с ростом доверия к данным источникам на 1 % растёт оценка работы государственных органов и структур на 0,17 %, 0,18 % и 0,13 % соответственно. Уровень *p-value* 99, 9%. Таким образом, открытость, доступ к качественной, правдивой, своевременной информации со стороны государственных органов является одним из значимых факторов, влияющих на эффективность их деятельности.

Медиа периода COVID-19: пути построения эффективных коммуникаций

В процессе управления коронавирусом кризисом были задействованы

Министерство здравоохранения, Министерство образования и науки, Министерство индустрии и торговли, Министерство национальной экономики, Министерство внутренних дел, Министерство труда и социальной защиты, Министерство информации и общественного развития, Министерство цифровизации и авиакосмической промышленности.

Все электронные ресурсы государственных органов Казахстана располагаются на едином портале gov.kz. Посредством онлайн-инструментов (<https://be1.ru/>) был проведен аудит, который позволил сделать следующие выводы.

Индексация в поисковых системах Яндекс и Google с более высокими позициями в Яндексе говорит о том, что портал чаще всего ищут в русскоязычном сегменте интернета.

В период с февраля по апрель 2020 года, в период начала пандемии и ЧП наблюдается активный рост числа посещений. Пик приходится на апрель, достигая 1 млн посещений. В период ослабления карантинных санкций наблюдается снижение числа посещений до 750 тыс., но после введения повторного карантина число посещений возрастает до периода начала карантинных ограничений. Основной трафик на сайты государственных органов идет через сайт электронного правительства, поисковиков Mail.ru и Яндекс, а также новостного сайта Tengrinews.kz.

В связи с тем, что карантинные ограничения напрямую связаны с субъектами бизнеса, был проведен медиаанализ сайта Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен».

Анализ показывает, что на сайт НПП «Атамекен» приводят такие поисковые запросы, как «атамекен», «палата предпринимателей», «мырзахметов», «бизнес жоспар», «офтейк».

Анализ динамики заходов показывает, что в марте трафик составлял 320 тыс. посещений, в апреле он вырос до 690 тыс., в мае снизился до 320 тыс., в июне составил 400 тыс. и имел тенденцию к росту. 43,1 % происходит через прямую ссылку, а 40,4 % заходов происходит через поиск. Социальные сети и почта как источник трафика используются незначительно. География заходов на сайт локальна. 97 % посетителей территориально относятся к Республике Казахстан.

В связи с тем, что коронавирус является проблемой медицинского характера, в анализ были включены порталы Фонда медицинского страхования и «СК-Фармация».

Фонд медицинского страхования Республики Казахстан имеет следующие позиции индексации в основных поисковых системах Яндекс/Google: 3485/2810. График посещаемости в динамике: март – 110 тыс., практически двукратное (60 тыс., 50 тыс.) падение заходов – в конце марта и апреле, но рост до 152 тыс. в июле. География заходов – на 97,81 % происходит через порталы Казахстана.

Важным аспектом государственного управления является предоставление гражданам правдивой информации. Для этого был создан сайт covid19.gov.kz/. Его индексация намного выше сайтов государственных органов и квазигосударственных структур, и располагается на 10 446 месте, продвинувшись за последний период на 1474 позиции, а в Google он на 10 300 позиции. Сайт демонстрирует

отрицательную динамику эффективных показов с 43 в мае до 34 в июне. С марта по август 2020 года число ссылающихся на сайт доменов выросло до 656. Пик посещений сайта (6 млн) приходился на апрель, в последующем собирая примерно 2,8 млн посещений в месяц. И это вполне объяснимо, исходя из длительности кризиса: общество просто устало от ограничений и постепенно перестало следить за изменениями ситуации. На этот портал основная часть посетителей (65,2 %) приходит по прямой ссылке, 24,8 % приходится на переходы через поисковые системы.



ФОНД
МЕДИЦИНСКОГО
СТРАХОВАНИЯ



ПОЗИЦИЯ
В ПОИСКЕ

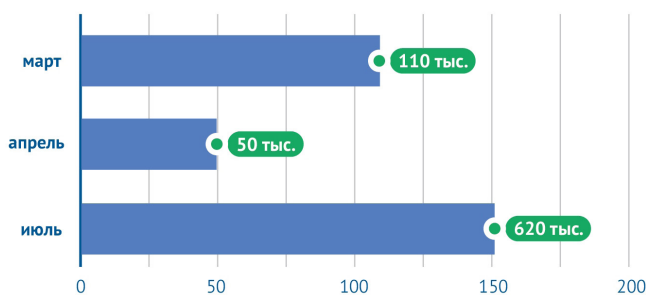


Yandex
3485



Google
2810

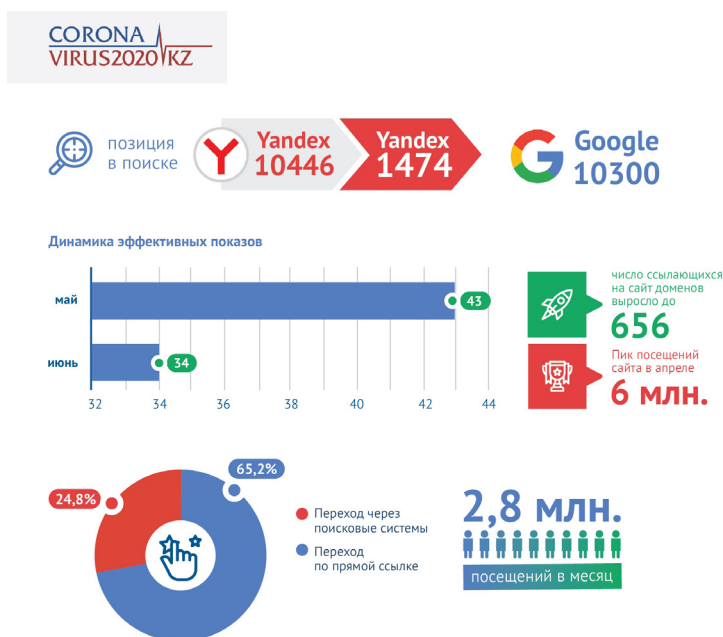
График посещаемости



Информационный анализ сайтов показывает, что динамика роста интереса связана с пиковыми моментами кризиса, а в момент ослабления ограничений интерес ослабевает. Основной интерес, приводящий к росту инфопотока, связан с ограничениями в сфере бизнеса, разъяснениями изменений в сфере налогообложения, кредитных отсрочек и прочее. Высокой социальной чувствительностью обладает вопрос образования, и поиски с семантикой «МОН РК» находятся на пике интереса весь период коронавирусного кризиса.

Переходы на сайты государственных органов с информационного портала Tengrinews.kz показывают источник, на котором пользователи предпочитают читать официальные новости, переходя затем на страничку структуры, ответственной за инфоповод.

Еще одним методом анализа отечественных медиа стал кейс-стади в отношении информационных поводов, вызывавших серьезный резонанс в медиа. Были взяты три кейса, отбор которых был осуществлен по принципу участия представителей власти, активной общественной реакции и временного отрезка, когда инфоповод имел место.



Прежде всего, обратим внимание на то, как в СМИ освещается вопрос о лекарственном обеспечении в период июльской вспышки. Как известно, основным оператором, отвечающим за лекарственное обеспечение стационаров, является «СК-Фармация». С ее деятельностью и связаны отчасти проблемы с лекарственным обеспечением. В частности, анализ основных новостных сайтов показывает, что тон публикаций периода июльской вспышки резко отрицательный. В прессу просочилась информация о волоките с распределением гуманитарной помощи, претензии по поводу переполненных складов по регионам в период острого дефицита лекарств, сведения о дорогих офисах и машинах премиум-класса, арендуемых для нужд организации. Весьма скромно проходит информация об антикоррупционных расследованиях, взятии под стражу руководителей организации. Репутационной потерей можно считать материалы о награждении сотрудников «СК-Фармация» по итогам деятельности. Социальные сети и блоги крайне отрицательно восприняли это событие, расценив его как насмешку и цинизм. Причем

стоит отметить, что уроков из ошибок извлечено не было. Вместо того, чтобы, как минимум, принести извинения, менеджмент организации стал давить на журналистов, требуя удаления материалов. Эта тема активно обсуждалась как в социальных сетях, так и прессе. На справедливое недовольство общественности о разумности торжеств и награждений после провалов в период июльской вспышки COVID-19 ответ был таков: простые работники не виноваты в просчетах отдельных лиц и должны быть поощрены за результативную работу. При этом для общества остался непонятным вопрос, что следует считать результативной работой организации, допустившей провалы в лекарственном обеспечении стационаров.

Доводом в пользу того, что система коммуникаций стагнирует и не реагирует на внешние вызовы, представляется реакция ТОО «СК-Фармация» на судебный иск онкобольной журналистки, которая в период коронавирусного кризиса оказалась лишена жизненно необходимого ей препарата и была вынуждена самостоятельно закупать его в аптеках. Вина не была признана, юристы «СК-Фармация» считают, что никаких непосредственных обязательств перед больными они не имеют (rus. azattyq.org, 2020). Проявление сожаления и сочувствия никак бы не повлияло на деловую репутацию структуры, но позволило бы обществу понять, что его недовольство услышано. Однако, как следовало реагировать, в данном случае – вопрос вторичный.

В рамках разбора данного кейса ресурсами программы Istio был проведен анализ пяти статей, посвященных разным аспектам деятельности «СК-Фармация». Статьи были отобраны случайным образом на основе выдачи google.com.

Таблица 1.3 Семантический анализ поисковой выдачи

Адрес статьи	Дата выхода	Топ-10 использованных слов
Маркова А.В., «СК-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам...	07.08.2020	цена, СК-Фармация, Казахстан, закупка, ТОО, зарегистрировать, лекарство, изделие, препарат, тенге
Вааль Т., Ко второй волне коронавируса «СК-Фармация» сформирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц	07.08.2020	препарат, тенге, млрд, запас, лекарство, август, лечение, тыс, отгрузка, сумма
Тугжанов посетил склад ТОО «СК-Фармация»	15.07.2020	СК-Фармация, Тугжанов, лекарство, склад, препарат, ТОО, посетить, ералы, страна, храниться
Антикоррупционная служба начала проверку «СК-Фармация».	09.07.2020	СК-Фармация, лекарство, год, средство, компания, служба, лекарственный, июль, дистрибьютор, условие

<i>После скандала в «СК-Фармация» сменилось руководство...</i>	12.07.2020	<i>июль, глава, СК-Фармация, лекарство, председатель, Казахстан, должность, правление, ФМС, Шарип</i>
--	------------	---

Если абстрагироваться от содержания изученных материалов и провести качественный анализ, становится ясным: «СК-Фармация» постоянно попадает в инфополе, причем есть четкая увязка таких тегов, как «цена», «препарат», «сумма», «лечение» с названием компании. А с учетом того, что период публикаций статей совпадает с лекарственным кризисом, можно сделать однозначный вывод: данная структура слабо отреагировала на общественный запрос на коммуникацию, оставляя без внимания запрос на ускорение бизнес-процессов в области фармации.

Рассмотрим еще один кейс подтверждающий низкую эффективность государственной власти в период пандемии. Связан он с оценкой результативности дистанционного образования, особенно в отношении детей среднего и младшего школьного возраста. Ни один из депутатских запросов, которые направлялись в МОН РК, не был адекватно освещен в СМИ. Так, депутаты Мажилиса Парламента РК И. Смирнова и Д. Нурмамбетова критически отзывались о системе организации школьного образования в условиях пандемии и указывали на неэффективность распределения финансовых средств и ресурсов в летний период, когда было упущено время, и в текущий учебный год Казахстан вошел без собственной работоспособной образовательной платформы. Исходя из ответов профильного ведомства, невозможно адекватно оценить объем и качество проделанной работы. Налицо «замыливание» вопроса и списание имеющихся проблем на форс-мажорные ситуации. И проблема состоит в том, что работа в рамках МОН РК ведется, однако из-за некорректной коммуникационной политики достижения оказываются на втором месте, уступая внимание сообщениям с отрицательной коннотацией.

Заключение

Следует признать, что опыт последних месяцев, когда наша страна пережила первое в своей истории ЧП, а затем последовавший в июле локдаун, показали, что существует проблема неправильного распределения информационных потоков. Результатом становится растущее недовольство в обществе, которое в условиях постоянных ограничений, при наличии угрозы заражения, слабой социальной защищенности, формирует высокий протестный фон, который усугубляется рецессией и экономическим кризисом.

Итогом исследования информационных потоков, связанных с реакцией государства на коронавирусный кризис, стал вывод: общество считает удобными для поиска информации интернет-порталы, сайты государственных органов, официальные страницы государственных структур в социальных сетях, информационные бюллетени, SMS-уведомления. Практически тот же самый набор информационных каналов характерен и для распространения оперативной информации. И здесь также используются ресурсы блогов первых лиц органов власти, официальные страницы, пресс-конференции и брифинги.

Однако есть определенная разница между удобством восприятия каналов информации в разных возрастных группах. В частности, получаемой информацией в период пандемии довольны граждане в возрасте от 30 до 45 лет. Низкий уровень информационной удовлетворенности показывают представители возрастной категории от 18 до 29 лет и от 56 до 65 лет. Кроме того, на восприятие информации влияет род деятельности респондентов. Допустим, официальные сайты более удобны для государственных служащих, работников бюджетной сферы. Официальные странички в социальных сетях предпочтительны для работников сельского хозяйства, государственных служащих, служащих частных компаний и представителей СМИ. Газеты и журналы как канал распространения информации неудобны для работников сферы торговли и услуг, сельского хозяйства, студентов и учащихся.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать рекомендации, связанные с улучшением распределения информационных потоков, исходя из разных предпочтений в возрастном и профессиональном разрезе.

Рассматривая общие информационные тренды, связанные с периодом пандемии, стоит отметить высокий процент репутационных провалов и отрицательных коннотаций. Это связано с тем, что имеет место разрыв в распределении инфопотоков. По сути, информация должна быть рассмотрена как одно из средств обеспечения устойчивости системы, так как недостаток информации, как и ее избыток, связаны с нарушением равновесия, что в сложных системах, таких как государственный механизм, ведет к системным сбоям и управленческим ошибкам.

Речь идет о менеджменте информационных потоков, в частности об актуализации вопросов формирования коммуникационных стратегий государственного органа в условиях кризиса, с четким обозначением средств, форм, каналов, алгоритма взаимодействия. При этом антикризисная стратегия должна стать инструментом дифференцированного управления инфопотреблением и инфоподачей с учетом циклов кризисного явления. Для разработки стратегии имеет смысл привлекать экспертов, представителей СМИ, общественности в формате открытых диалогов и апробированием с извлеченными уроками. Необходимо усилить работу госорганов в предоставлении своевременной, полной и достоверной информации.

Современные условия требуют соответствующей подготовки государственных служащих, наращивания компетенций, связанных с построением качественных коммуникаций с общественностью. Необходимо пересмотреть общеобразовательные программы подготовки государственных управленцев на уровне бакалавриата, магистратуры Высших учебных заведений и специализированной подготовки, переподготовки в рамках Академии государственного управления при Президенте Республики Казахстан. Требуется актуализация процессов подготовки с акцентом на антикризисный менеджмент, в том числе и антикризисные коммуникации, дизайн коммуникационных стратегий. К разработке учебных программ привлекать экспертов в данной области, представителей СМИ.

Необходимо институциональное обеспечение деятельности СМИ, их координация с целью недопущения дезинформации, фейков. Активизировать коммуникации государственных органов со средствами

массовой информации, выстроить действенные схемы взаимодействия.

Требуется усиление поддержки со стороны государства научных сообществ, научных исследований, особенно фундаментального направления. Необходимо строить модель симметричной коммуникации с представителями научного сообщества, так как в условиях кризиса это является жизненной необходимостью. Отсутствие компетентного, научно обоснованного, экспертного мнения способствует появлению в медиа пространстве дезинформации, которая приводит к повышению социальной конфликтности, рисков для жизни и здоровья людей в условиях пандемии.

COVID-19 актуализировал вопрос об информационной грамотности населения, умения разбираться и правильно потреблять ту или иную информацию, психологической устойчивости людей. В данном направлении есть необходимость в формировании общей культуры информационного потребления и избирательного медиавкуса общества, повышении медиа и информационной грамотности населения. В этом связи целесообразно разрабатывать пособия, учебники по информационной грамотности, демонстрировать обучающие ролики, фильмы, передачи, оперативное реагирование через медиа на дезинформирующую, недостоверную информацию с участием экспертов, лидеров общественного мнения, блогеров и др. При этом, необходимо контролировать передаваемый информационный контент, вплоть до дизайна выступления, места и внешнего вида, технологий транслирования и др.

Важным фактором действенности антикризисных мер государства является открытость, доступность информации. Качественный контент транслируемой информации, своевременная его подача по доступным, удобным каналам, симметричная модель взаимоотношений власти со СМИ, населением, бизнесом, сокращение противоречащей информации, транслирование через морально-психологические методы управления и реальные действия государства идеи о сотрудничестве, поддержки всех слоев населения, повышение доверия – это факторы повышения устойчивости казахстанского общества современным глобальным вызовам, в том числе и пандемическим.

Список использованной литературы

1. Академия государственного управления при Президенте Республики Узбекистан. www.dba.uz. Дата последнего просмотра: 14.10.2020.
2. Provan, K. (2008). «Modes of Network Governance: Structure, Management, and Effectiveness». *Journal of Public Administration Research and Theory*, vol. 18, n. 2, pp. 229–252.
3. Результаты исследования 2020. Астанинский хаб государственной службы. www.astanacivilservicehub.org. Дата последнего просмотра: 01.03.2021.
4. Барашев А. Г. (2016). «Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии». *Вопросы государственного и муниципального управления*, № 2, сс.163–194.
5. Ситуация с коронавирусом. Официально. www.coronavirus2020.kz. Дата последнего просмотра: 15.10.2020.
6. «В Алматы озвучили предварительные данные по коллективному иммунитету». www.tengrinews.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
7. Воронин Н. «Возможен ли коллективный иммунитет к коронавирусу и имеет ли смысл ждать вакцины?» www.bbc.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
8. «Иммунитет к коронавирусу обнаружили у каждого второго казахстанца». www.ravlodarnews.kz. Дата последнего просмотра: 12.10.2020.
9. Токаев К. «Время тоев уходит, наступает время разума, науки, знаний, труда» www.informburo.kz Дата последнего просмотра: 14.10.2020.
10. Ишкенова Б. «В нездоровом теле – нездоровый дух: в Казахстане закрываются фитнес-центры». www.lsm.kz. Дата последнего просмотра: 10.10.2020.
11. Вебер Е. «В поисках правды. Журналист из Караганды с онкозаболеванием предъявила иск чиновникам» www.rus.azattyq.org. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
12. «В «СК-Фармация» высказались о закупке медизделий по завышенным ценам» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 10.10.2020.
13. Вааль Т. «Ко второй волне коронавируса «СК-Фармация» сформирует запас лекарств на 100 тыс. человек в месяц». www.vlast.kz Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
14. «Тугжанов посетил склад ТОО «СК-Фармация»». www.liter.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
15. «Антикоррупционная служба начала проверку «СК-Фармация»» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
16. «После скандала в «СК-Фармация» сменилось руководство» www.kursiv.kz. Дата последнего просмотра: 16.10.2020.
17. «Всего одну библиотеку хотят оставить в Нур-Султане». www.ratel.kz Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
18. «Электронное голосование Праймериз 2020». www.static.primaries.kz. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.

ОБРАЗ СИЛЬНОГО СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА В МЕДИА

Оразай Кыдырбаев

С момента регистрации на территории Казахстана первого заболевшего вирусом SARS-CoV-2 и объявления чрезвычайного положения руководство страны начало регулярно напоминать населению о том, что здоровье народа всегда в приоритете и информировать о мерах, принимаемых для предупреждения опасности. Государственные медиа убеждали граждан в том, что эпидемия находится под полным наблюдением руководства и врачебного корпуса страны, озвучивали патриотические лозунги и призывали к единству; сообщали о том, что будет оказана помощь тем, кто потерял заработок, что будут выделены средства на поддержку экономики страны. Однако после завершения карантина распространение заболевания вышло из-под контроля. Наряду с этим стало известно, что государственные органы не смогли полностью выполнить свои обязательства, как это было показано медиа с марта по май. Социальные медиа и независимые издания (не финансируемые государством) запестрили сообщениями, которые ставили под сомнение решения, принятые госорганами, и информацию, которую они предоставляли. В больницах не хватало врачей, койко-мест тоже не доставало, а в аптеках образовался дефицит лекарств.

В данной исследовательской работе мы хотим определить методы, которые применяли государственные медиа в начале пандемии и во время ее обострения: как при освещении профилактических мер против распространения вируса формировался образ сильного социального государства, борющегося с пандемией и каким образом завоевывалось доверие аудитории.

Для этого мы проведем критический дискурс-анализ публикаций в изданиях «Егемен Қазақстан», «Казахстанская правда» (первые полосы номеров, выпущенных с марта по август), Telegram-канала⁴ Межведомственной комиссии при Правительстве Республики Казахстан по недопущению распространения коронавируса на территории Казахстана и ежедневных выпусков итоговых новостей на телеканалах Qazaqstan и Khabar.

Казахстан как социальное государство

В Конституции Республики Казахстан, принятой в 1995 году, Казахстан позиционирует себя как демократическое, светское, правовое и социальное государство, чья высшая ценность – человек и его жизнь

4 Далее даем официальное название Telegram-канала: «МБК по нераспространению COVID-19».

(Конституция Республики Казахстан). В первой части исследовательской работы дадим определение понятию «социальное государство» и сделаем краткий обзор о политике, проводимой Республикой Казахстан как социальным государством, и о ее реализации во время пандемии COVID-19 в частности.

В философии, политологии и экономике сформированы различные концепции вокруг понятия «социальное государство». Эти мнения связывают определение «социальное государство» с такими понятиями, как «благополучие», «равенство», «потребность», «справедливость», «право», «этика», при этом стремление к улучшению благополучия граждан или же обеспечение граждан на минимальном уровне благополучия помещается в сферу ответственности государства (Hamlin, 2008).

Все подобные концепции нашли точки пересечения в Британской энциклопедии, где понятие «социальное государство» определяется как «концепция государственного управления, в которой государство или хорошо налаженная сеть социальных институтов играет ключевую роль в защите и поощрении экономического и социального благополучия граждан» (britannica.com, 2020).

Таким образом, социальное государство – это государство, которое своим главным принципом провозглашает создание гражданам условий для получения образования, обеспечение системой здравоохранения и жильем, борьбу с бедностью и безработицей, обеспечение питьевой водой и электричеством, заботу об окружающей среде, безопасность граждан, построение гарантированной системы пенсионного обеспечения и страхования и удовлетворение других подобных социальных потребностей.

Несмотря на то, что понятие социального государства вместились в такую простую справочную информацию, на деле оно сталкивается со множеством противоречий. В наши дни на пути реализации своей социальной политики многие государства встречаются с различными преградами – это могут быть ограниченные ресурсы, определенные моральные устои или же размытые границы между какими-либо приоритетами. К примеру, возникает вопрос: что важнее – сохранить чистоту окружающей среды или развивать экономику, обеспечить граждан жильем или улучшить систему доступного образования? Социальное государство обязано предложить решения по каждой из перечисленных проблем, однако осуществить все одновременно почти не представляется возможным.

Современное понятие социального государства начало формироваться в конце XIX – начале XX века в странах Европы и Северной Америки. На развитие системы социального государства больше всего повлияли идеи британского экономиста Джона Мейнарда Кейнса. Он одобрял вмешательство государства в рыночную экономику и его главенствующую роль в ней, выдвигая утверждения о том, что классическая рыночная экономика не позволит справедливо распределить ресурсы и не сумеет самостоятельно решить социальные проблемы рынка (Jessop, 2009:107). К 1960–1970-м годам в странах Европы и Северной Америки доля государства на рынке значительно увеличилась, после чего оно взяло на себя большую часть социальной ответственности.

Социальное обеспечение населения привело государство к большим

расходам. Ситуация ухудшилась, когда из-за Исламской революции в Иране в начале 1980-х годов сократились энергоресурсы в крупных индустриальных странах и началась мировая рецессия. Именно в этот момент усиливается позиция неоклассического подхода к экономике. Согласно теории неоклассицизма, ради процветания экономики государство должно было сократить собственные расходы, передав социальные обязательства частному сектору. Это положило начало неолиберальной политике, названной в Британии тэтчеризмом, в США – рейганомикой. В частный сектор были переданы образовательные учреждения, больницы, дома культуры, которые отныне предлагали платные услуги (Eser, Memisoglu, Ozdamar, 2011).

После распада СССР, начиная с 1991 года, Республика Казахстан была вынуждена реорганизовать государственную структуру. Если раньше она была союзной республикой, то теперь должна была вести собственную социальную политику как независимое государство. В начале 1990-х годов экономика Казахстана резко пошла на спад, социальная политика переживала стагнацию, однако в начале 2000-х годов ситуация улучшилась и возросли темпы роста экономики. Исследователи имеют двойственный взгляд на политику, которую, начиная с 1990-х годов, с целью улучшения благосостояния населения проводило правительство Казахстана.

К примеру, Елена Мальцева (2016) отмечает, что правительство Казахстана проводит удачные реформы в социальной сфере, причем сравнительно лучше, чем в соседней Российской Федерации. По ее мнению, к росту экономики привели реформы по улучшению благосостояния народа, начатые правительством Казахстана в 1994 году: вместе с резким сокращением расходов в социальной сфере правительство сократило количество граждан, претендующих на социальную помощь. Это помогло разгрузить госбюджет и быстрее достичь краткосрочных целей. К тому же эксперт считает, что здесь немаловажную роль сыграло умение президента Нурсултана Назарбаева выстраивать коммуникацию с населением через особенности его менталитета (и контролировать дискурсы): Назарбаев говорил о том, что казахский народ очень щедр и дорожит родственными узами, и объяснял, что в первую очередь каждый должен ждать поддержки не от государства, а от родных и близких (Maltseva, 2016).

Но исследователь Линда Кук, сравнивая политику Казахстана, как социального государства, с политикой таких посткоммунистических стран, как Россия и Польша, объясняет, что страна не достигла высоких показателей. Кук перечислила ряд таких негативных последствий, как массовое закрытие больниц в 90-х годах, крах единой системы медицинского страхования, снижение среднего размера пенсионных выплат в два раза в результате пенсионных реформ (2007).

В 2001 году несколько депутатов Парламента Республики Казахстан выступили с замечанием о том, что постановление правительства о перерасчете пенсионных выплат противоречит позиции социального государства, прописанной в Конституции, и нарушает права пенсионеров. В связи с этим они обратились в Конституционный Совет РК с просьбой пояснить словосочетание «утверждает... социальным государством», прописанное в Конституции. Конституционный Совет ответил, что Республика Казахстан стремится выполнять обязательства социального государства в соответствии с реальными возможностями страны (adilet.zan.kz). Данный ответ – единственный официальный документ в стране,

где дано толкование прописанному в Конституции словосочетанию «утверждает... социальным государством».

Республика Казахстан продолжала проводить свою социальную политику и во время пандемии COVID-19. В частности, принимались меры по поддержке малого и среднего бизнеса, проводилась работа по обеспечению занятости населения, были назначены надбавки к заработной плате медицинским работникам и социальные выплаты в размере 42 500 тенге гражданам, потерявшим доход из-за пандемии (primeminister.kz, 2020; primeminister.kz, 2020a). Наряду с этим социальную политику страны отражает объявление чрезвычайного положения в стране, несмотря на очевидный его ущерб экономике; внедрение дистанционного обучения и перевод различных государственных услуг на онлайн формат – все эти меры были приняты ради безопасности граждан.

Образ государства в медиа и критический дискурс-анализ

Социальную политику, проводимую во время пандемии, правительство Казахстана доносило до населения через государственные медиа. Информацию, передаваемую через медиа, можно воспринимать не только как объективную и правдивую, ее можно рассматривать также и с идеологического ракурса, когда она подается с определенной формулировкой в определенном ключе (*framing*).

В исследованиях медиа и культуры, восходящих к идеологическим взглядам Маркса, представители критической парадигмы придерживаются мнения о том, что масс-медиа служат доминирующим интересам. Согласно принципам критической теории, информация, предоставляемая масс-медиа – это идеологический текст, служащий тому, чтобы сохранить господство правящего круга над простым населением и сформировать соответствующее сознание аудитории (Lichter, 2017).

То есть у любой информации, предоставляемой медиа, есть идеологическая подоплека, каждое сообщение обрамлено идеологически значимыми понятиями. А эти понятия формируются хозяевами медиа, теми, кто финансирует медиа, профессионалами медиа, участвующими в производстве информационного потока. В таком случае, как отметили Эдвард Херман и Ноам Хомский, неравенство в обществе, связанное с богатством и властью, довольно сильно влияет на позицию средств массовой информации. Медиа служат интересам доминирующей элиты и представляют аудитории мнение финансирующих лиц (Herman & Chomsky, 2008, 60–61).

Средства массовой информации, выступающие объектами наших исследований, – Telegram-канал, газеты и телеканалы – все финансируются государством, оно их учредило и контролирует. Значит, информация, передаваемая данными медиа, отражает принципы и мнения представителей государственных органов.

Через эти средства массовой информации государство само себе делает репрезентацию. Здесь мы должны обратить внимание на одну деталь: делать заявления и принимать решения от имени государства – в компетенции политической элиты, правящей страной, и представителей исполнительной власти. Из этого следует, что, говоря о государственной позиции или взглядах, мы подразумеваем позицию и взгляды членов

политической элиты, выступающих от имени государства. Итак, каким образом органы исполнительной власти представили образ Республики Казахстан через государственные медиа во время пандемии COVID-19? Как репрезентировала себя Республика Казахстан с позиции социального государства? Чтобы найти ответы, мы обратимся к методу критического дискурс-анализа.

На формирование метода критического дискурс-анализа повлияли идеологическая теория Луи Альтюссера, концепция гегемонии Антония Грамши, философские взгляды мыслителей франкфуртской школы, исследования о дискурсе Мишеля Фуко и концепция жанровой типологии Михаила Бахтина. Окончательно метод был сформирован к концу XX века группой исследователей – Норманом Фэркло, Рут Водак, Тёном ван Дейком – как новое направление в аналитике (Тичер и др., 2009:195–196).

Несмотря на то, что данный метод подходит для различных исследований, парадигму критического дискурс-анализа отличают определенные особенности: темы исследования должны отражать социальную проблему, должны быть междисциплинарными, эклектичными и критичными. Понятие «критическое» в критической теории Макс Хоркхаймер объясняет как направленность исследования на решение исследуемой проблемы через критику. Таким образом, критическую теорию он противопоставляет традиционной теории, которая ставила целью понять общество или же объяснить, по каким законам оно развивается (Wodak & Meyer 2009:3–4).

Метод критического дискурс-анализа, берущий начало от критической теории, также применим в отношении медиа, чтобы рассмотреть такие проблемы, как расизм, дискриминация, злоупотребление властью и т. п. Согласно концепции Юргена Хабермаса, исследователь, поддерживая свои интересы, разоблачает дискурсы, «загрязненные» идеологией и предлагает взамен рациональные дискурсы. В результате коммуникация, реализуемая через масс-медиа, на шаг приблизится к «идеальной речевой ситуации» (*ideal speech situation*), что в понимании Хабермаса является утопическим отношением власти (Тичер и др., 2009:196).

По парадигме критического дискурс-анализа языковое применение может быть идеологическим. Чтобы выяснить так ли это, мы должны проанализировать текст и провести интерпретационное исследование. Если простой дискурс-анализ является методом интерпретативным и объяснительным, то критический дискурс-анализ наряду с интерпретацией рассматривает текст и социальную ситуацию, идеологию и отношение власти вместе.

В критическом дискурс-анализе властные отношения непосредственно связаны с дискурсом, то есть дискурс-анализ исследует власть дискурса и власть над дискурсом. Норман Фэркло описал дискурс как «применение языка в качестве социального опыта» (Тичер и др., 2009:198).

В следующей части статьи попробуем раскрыть образ Республики Казахстан в медиа, опираясь на вышеизложенные концепции. Для этого обратим внимание на морфологические особенности текстов, структуру (номер страницы, порядок подачи новостей, объем, заголовки и т. д.), акторов, языковую риторику и дискурсивные стратегии (манипулятивные методы, применяемые социальными акторами ради достижения конкретной цели), политическую и социальную ситуацию на момент публикаций (когда, где и для кого было опубликовано).

Образ Республики Казахстан в медиа как сильного социального государства

Питер Голдинг и Сью Миддлтон, изучавшие, каким образом и как часто британские медиа подавали информацию о благосостоянии и о бедности в 80-х годах прошлого века, пришли к выводу, что медиа были предвзяты и формировали ошибочный, односторонний взгляд на ситуацию. К примеру, медиа обвиняли в бедности населения «ленивых» бедняков, вместо того чтобы «допросить» неолибералов, чья политика и была основной причиной ухудшения благосостояния народа. А значительная часть сообщений о социальном страховании была посвящена тем, кто получал пособие мошенническим путем, кто незаконно пользовался социальным страхованием, и уголовным делам, открытым по этой причине. Исследователи пришли к выводу, что такая подача информации способствует формированию отрицательного мнения о людях с низким социальным статусом (Golding & Middleton, 1982:72–82).

Другой пример: Веймин Чжан писал о том, как государственные медиа Китая умело использовали национально-патриотический дискурс, освещая борьбу государства с последствиями землетрясения в 2008 году. То есть государство, ведя борьбу с последствиями катаклизма, старалось создать о себе положительное мнение через национально-патриотические дискурсы (Zhang, 2015).

Предполагаем, что и казахстанские медиа, финансируемые из государственного бюджета, во время пандемии COVID-19 могли преподнести обществу образ сильного социального государства, искажая факты. Власть имущие при недемократичной системе управления могли вместо честных, справедливых выборов использовать эмоциональные дискурсы наподобие патриотизма, национализма, чтобы увеличить количество своих сторонников, получить одобрение большинства и узаконить свое превосходство (Kudaibergenova, 2019).

Мы рассмотрим действия казахстанского правительства, освещенные в средствах массовой информации по время пандемии COVID-19, как способ получить одобрение граждан и укрепить свое влияние. Политическая исполнительная власть, действующая от имени государства, наряду с формированием образа сильного социального государства, заботящегося о благополучии граждан, пыталась легитимировать свое влияние.

Для того чтобы выяснить, как создавался благоприятный образ государства, мы изучим материалы, опубликованные в течение: 1) недели, когда был зарегистрирован первый заболевший и объявлено чрезвычайное положение; 2) недели, когда был объявлен конец чрезвычайного положения и были ослаблены карантинные меры; 3) недели, когда ситуация снова обострилась и повторно был объявлен карантин.

1. Образ социального Казахстана, предложенный медиа на момент объявления чрезвычайного положения в стране

Первый заболевший SARS-CoV-2 в Казахстане был зарегистрирован 13 марта. По Указу Президента Касым-Жомарта Токаева от 15 марта, начиная с 16 марта, на территории страны был введен режим чрезвычайного положения сроком на 1 месяц. Однако данный режим был продлен до

11 мая. После послабления требований карантина эпидемиологическая ситуация в стране вышла из-под контроля, и с 5 июля карантинные меры снова ужесточились. Учитывая, что первый заболевший был зарегистрирован 13 марта, а чрезвычайное положение было введено с 16-го числа, мы сделали обзор контента государственных медиа, опубликованного в промежутке с 10 по 18 марта.

В этот период из-за пандемии цены на нефть пошли на спад, что стало ощутимым ударом по экономике Казахстана. По этой причине новости о COVID-19 представляли вирус в первую очередь как экономическую угрозу, нежели инфекционную. На первых полосах газет «Егемен Қазақстан» и «Казахстанская правда» в промежутке между 10 и 13 марта нет сообщений, касающихся вирусной инфекции, а на 2–3 полосах мы читаем материалы, где говорится том, что торговые отношения с Китаем не прекратятся и экономическая стабильность в стране будет сохранена; что государство выполнит все социальные обязательства, пенсии и пособия будут выдаваться вовремя (газета «Егемен Қазақстан», 2 стр.: «Нарықтық дүрбелеңге жол берілмейді»).

Начиная с 13 марта, на первых полосах появляется информация, касающаяся инфекции. В обоих изучаемых нами изданиях на первых полосах сообщалось о проведении Токаевым заседания правительства, на котором президент поручил усилить меры безопасности. На первой полосе «Казахстанской правды» был опубликован большой визуальный текст о том, что «годовой расход на каждого жителя страны из государственного бюджета и Фонда медицинского страхования составляет примерно 100 000 тенге».

В передаче Aqparat на телеканале Qazaqstan информировали население о том, что в стране имеется полугодовой запас продуктов и что государство усилит поддержку бизнеса. Телеканал Khabar также дал оценку эпидемии с позиции экономики и сообщил о том, что Токаев принял у себя главу Национального банка (Khabar, итоговые новости за 11 марта). Канал «МБК по нераспространению COVID-19», открывшийся 23 февраля в мессенджере Telegram непрерывно публиковал информацию об эпидемиологической ситуации в мире и сообщал о решениях, принимаемых правительством Казахстана.

Сообщения в традиционных медиа содержали определенную лексику, мнения ведущих, аналитиков, вследствие чего они приобретали субъективный характер: возьмем к примеру сообщение в номере газеты «Егемен Қазақстан» за 13 марта под заголовком «Үкімет нақты шешімдер қабылдады» («Правительство приняло конкретные решения»). Используя прилагательное «конкретные», информатор дал собственную оценку принятым решениям. В казахском языке слово «нақты» («конкретный») означает «точный», «прямой», «ясный» и в основном несет позитивный смысл (Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі, 615). С помощью данного слова поддерживается положительный имидж правительства. Но сообщения в Telegram-канале подавались в официальном стиле, повествовательными предложениями и содержали конкретные факты. Поэтому информация в Telegram-канале была относительно объективной.

С момента введения чрезвычайного положения в стране (16–18 марта) все сообщения государственных печатных изданий посвящались пандемии: заседания Штаба экстренного реагирования, пояснения о режиме чрезвычайного положения, государственный контроль цен на

питания и лекарства и другие темы. В данных материалах Республика Казахстан представляла как сильное социальное государство, заботящееся о благосостоянии граждан и выполняющее свои обязательства перед своим народом. Правительство озвучило обещания по различным социальным вопросам. Эти обещания нашли отражение в обращении президента к народу через государственные медиа. Президент Токаев в своем обращении к народу Казахстана сказал о том, что безработица недопустима, лекарственные средства и медицинское оборудование будут продаваться по доступным ценам и что большое значение уделяется развитию бизнеса (газета «Егемен Қазақстан» от 17 марта).

В этот период медиа сделали особый акцент на двух направлениях государственной политики: экономике и здравоохранении. Несмотря на то, что обеспечение населения системой доступного образования является одним из приоритетных обязанностей социального государства, вопрос о том, каким образом оно реализует ее в создавшихся условиях, не обсуждался. О том, что с 16 марта учреждения образования перейдут на дистанционную работу, было упомянуто лишь несколько раз (газета «Егемен Қазақстан» от 13 марта).

Наряду с этим ключевая фраза, произнесенная президентом Токаевым в своей речи в день объявления чрезвычайного положения и также опубликованная на его странице в Twitter #BizBirgemiz, пробудила патриотизм в казахстанцах и использовалась как девиз, объединяющий народ. Под этим девизом позднее была организована благотворительная акция и телеканал Khabar выпустил видеоклип, призывающий к единству. В нем представлена связь истории (древние тюрки – предки, пережившие трудные времена) с современностью (казахстанское общество, ведущее борьбу против вируса). Так слова президента пробудили социальную активность граждан. В этой коллизии явно просматривается, как президент Токаев и правительство Казахстана, попавшие под критику общества после президентских выборов 2019 года, использовали пандемию для легитимации своей власти и возврата доверия населения.

2. Образ Казахстана в медиа в период окончания чрезвычайного положения

Режим чрезвычайного положения в Казахстане был отменен 11 мая, и карантинные меры смягчились. В качестве периода, когда был отменен строгий режим, мы взяли 7–15 мая и рассмотрели сообщения в медиа за это время. К этому моменту вместе с пандемией в центре внимания оказалось другое событие – наводнение в Мактааральском районе. По этой причине информации о пандемии стало меньше. Наряду с этим главными темами медиа в этот промежуток стали 7 мая – День защитников Отечества и День Великой Победы – 9 мая.

Республиканские газеты «Егемен Қазақстан», «Казахстанская правда», государственные телеканалы Qazaqstan и Khabar один за другим передавали отчеты местных исполнительных органов о стабилизации эпидемиологической ситуации, сообщали о том, как граждане после режима чрезвычайного положения возвращаются к нормальному укладу жизни. К примеру, «Жағдай тұрақталып келеді» («Ситуация стабилизируется», итоговые новости телеканала Qazaqstan, 5 мая), «Предприятия региона, которым разрешили работать в условиях ЧП, постепенно входят в рабочий ритм» («Казахстанская правда» от 6 мая).

Президент, премьер-министр и другие представители исполнительной власти рассказывали о работе, проведенной во время чрезвычайного положения (количество людей, получивших пособие; освобождение от налогов; отсрочка выплат кратных займов и т. п.). Telegram-канал «МВК по нераспространению COVID-19» непрерывно публиковал информацию о количестве заболевших и вылечившихся в стране людей. Данный период мы можем охарактеризовать как время, когда государственные органы доказывали, что «обещания», данные гражданам в начале введения чрезвычайного положения, выполнены.

О том, что государство проводит весомую социальную политику, показывали не только освещая меры, принятые во время чрезвычайного положения, но и демонстрируя положительные отзывы глав соседних государств: в номере газеты «Егемен Қазақстан» за 9 мая опубликовано сообщение о телефонном разговоре между президентом Российской Федерации Владимиром Путиным и президентом Касым-Жомартом Токаевым, во время которого Путин дал положительную оценку работе (оказание поддержки гражданам и бизнес-структурам, своевременное принятие необходимых решений) правительства Казахстана. В номере за 14 мая сообщалось о том, что президент Кыргызстана благодарит Казахстан за своевременную помощь. В указанный период медиа в основном освещали социальную политику в экономическом разрезе: процедуру восстановления экономики во время пандемии, борьбу с безработицей и меры по поддержке бизнеса (газета «Егемен Қазақстан» от 14 мая).

К концу периода чрезвычайного положения в эфире телеканалов Qazaqstan и Khabar прошло несколько сюжетов о гражданах, нарушивших санитарные требования. В материале под заголовком «Аурудан айыққандар қатары 2 мыңға таяды» («Число выздоровевших приблизилось к 2 тысячам»), опубликованном 11 мая в «Егемен Қазақстан», корреспондент заканчивает сообщение следующим образом: «Прогнозы Министерства здравоохранения относительно коронавируса не всегда бывают точными, тем не менее следует отметить, что в результате конкретных мер, принятых властями, общее состояние страны можно считать сравнительно удовлетворительным. ... Несмотря на то, что распространение инфекции пошло на спад, следует помнить о том, что дальнейшая ситуация после 11 мая будет зависеть от нашей дисциплины».

В данном тексте автор предлагает аудитории следующую идею: они – государство, правительство, власть – до сегодняшнего дня контролировали ситуацию и хорошо работали, они выполнили свои обязательства, теперь мы – народ, граждане – в ответе за то, как сложится ситуация в дальнейшем. Таким образом, медиа представляют аудитории образ сильного государства, которое эффективно боролось с эпидемией, сумело держать ситуацию под контролем и помогало своему народу, после чего поясняют, что отныне часть ответственности переносится на самих граждан, т. е. нужно следовать правилам карантина и беречь здоровье.

3. Образ Казахстана в медиа в период повторного объявления карантина

В течение следующих недель после смягчения карантинных мер эпидемиологическая ситуация в стране ухудшилась. Государственные

управления здравоохранения поделили заболевших на группы симптомных и бессимптомных. Это привело к искажению статистики об эпидемиологической ситуации. Согласно решению ООН, если у скончавшихся ранее был обнаружен коронавирус, они должны быть зарегистрированы как скончавшиеся от коронавируса (who.int). Но управления здравоохранения пытались проводить индивидуальное обследование каждого умершего с положительными анализами на коронавирус, чтобы выяснить причину смерти. В результате реальное количество умерших от коронавируса оказалось намного меньше, чем указывали в статистике.

На Telegram-канале «МБК по нераспространению COVID-19», начиная с мая, изменилась форма подачи информации о заболевших и выздоровевших от вируса: больных коронавирусом разделили на симптомные и бессимптомные. Информация о количестве людей, у которых был обнаружен коронавирус за последние сутки, публиковалась только один раз в день – по утрам, а после полудня – информация о количестве выздоровевших, которая постоянно обновлялась через определенный промежуток времени.

Из-за того, что информация о заболевших публиковалась только по утрам, а информация о выздоровевших – несколько раз в день, казалось, что количество вылечившихся больше, чем новых зарегистрированных больных. Например, 8 июня Telegram-канал сообщил о том, что за последние сутки зарегистрировано 165 симптомных (время публикации – 8:00) и 313 бессимптомных (время публикации – 21:39) больных. В тот же день 3 раза была опубликована информация о вылечившихся: после полудня (время публикации – 15:59) – 108 человек, вечером (время публикации – 19:14) – 73 человека и ближе к ночи (время публикации – 21:39) – 180 человек.

Искажение фактов, отсутствие правильной системы управления в сфере здравоохранения привели к потере контроля над эпидемиологической ситуацией в стране. В тот момент китайское посольство сообщило о том, что в Казахстане распространяется пневмония «неизвестного» происхождения, что позднее вызвало беспокойство Всемирной организации здравоохранения (dw.com, 2020).

14 июня коронавирус был обнаружен у министра здравоохранения Ержана Биртанова, и он был госпитализирован (inform.kz, 2020). 25 июня вместо Биртанова министром здравоохранения был назначен Алексей Цой (primeminister.kz, 2020b). В это время стало известно о том, что в аптеках наблюдается дефицит лекарств, а в больницах – дефицит врачей наряду с нехваткой койко-мест для госпитализации. Оказавшись в таком трудном положении, власти Казахстана объявили двухнедельный карантин на территории страны, начиная с 5 июля. Днем траура по умершим от коронавирусной инфекции было объявлено 13 июля (dw.com). В данном исследовании мы изучили публикации в государственных медиа за 2–9 июля.

Сообщение о повторном введении карантина на территории Казахстана президент Токаев опубликовал на своей странице в Twitter. Позднее в государственных медиа появилась информация о том, что аналитики и общественные деятели поддерживают решение Токаева и считают эту меру очень разумной. Телеканал Qazaqstan 3 июля выпустил в новостях сюжет на тему «Қоғам белсенділері қатаң карантин шараларын қолдайды»

(«Общественные деятели поддерживают строгие карантинные меры»). В этом сюжете общественники и деятели искусства – Роза Рымбаева, Жубаныш Жексенулы, Улжан Байбосынова, председатель общественного объединения «Өмір тынысы» Жанибек Оспанов – призвали население следовать требованиям карантина и выразили одобрение по поводу решений правительства. «Считаю, что решение президента Токаева по поводу карантина очень правильным и своевременным», – сказал, в частности, Жубаныш Жексенулы.

Тем не менее государственные медиа давали реальные картины того, что происходило на тот момент в стране: нехватку мест в больницах, дефицит лекарств – все проблемы были открыто озвучены. После этого информация дополнялась сообщениями о том, что государственные органы взяли проблему под контроль и продолжают бороться с эпидемией. Телеканал Qazaqstan в итоговых новостях 3 июля выпустил сюжет на тему «Дәрігерлер жұмыс істеуден бас тартты» («Врачи отказались работать»), в котором сообщалось, что в больницах не соблюдаются санитарные нормы, а защитные медицинские костюмы непригодны, из-за чего врачи уходят с работы.

Телеканал поднимает проблему, но не задает вопросов и не требует ответа от представителей управлений здравоохранения, несущих прямую ответственность за такие упущения. Вместо этого показывает следующий сюжет, в котором штат больницы пополняется молодыми специалистами, создавая таким образом ощущение того, что проблема будто уже решена (телеканал Qazaqstan, 3 июля). Так формируется образ государства, борющегося с эпидемией, думающего о безопасности граждан, но которое не может найти решение проблем. К примеру, во вводной части материала, опубликованного в газете «Егемен Қазақстан» под заголовком «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат» («Болезнь прогрессирует: лекарств нет, маски дорогие»), есть такие строки: «...Государство принимает необходимые меры по предотвращению эпидемии, ввергнувшей мир в хаос. Однако несмотря на это количество заразившихся в стране выросло...» (7 июля).

Государственные медиа не рассказывали о том, что исполнительная власть не сумела создать систему мер по безопасности граждан и страна не подготовилась к последствиям пандемии должным образом. Вместо этого в изобилии транслировалась информация о гражданах, не подчиняющихся требованиям карантина, скупающих лекарства в аптеках без надобности и занимающихся их перепродажей. К примеру, газета «Егемен Қазақстан» в публикации под заголовком «Жау жағадан алғанда... Жағдайды алыпсатарлар да ушықтырып отыр» («Беда не приходит одна... Перекупщики усложняют ситуацию») указывает на перекупщиков как на виновников проблемы.

Аким Восточно-Казахстанской области Даниял Ахметов в своей эмоциональной фразе «Проблема – в нас» (итоговые новости телеканала Qazaqstan, 8 июля), позиционируя себя как часть народа, обвиняет казахстанцев в распространении инфекции. Анонс итоговых новостей телеканала Qazaqstan 7 июля ведущий начинает следующими словами: «Деньги есть, нет лекарств, тесты в дефиците. Почему?» Следом показан сюжет о задержании и наказании перекупщиков, то есть зритель автоматически получает ответ на заданный выше вопрос: во всем виноваты перекупщики из простого населения. Однако профессионалы

медиа не спрашивают и не раскрывают имена тех, кто владеет крупными аптечными сетями в Казахстане.

Представители политической власти в данной ситуации выступают как сторона, решающая данную проблему: министр здравоохранения, говорящий, что цены на лекарства находятся под контролем (новости телеканала Qazaqstan, 2 июля), правоохранительные органы, раскрывающие и наказывающие перекупщиков (статья «Ответственность правовая и моральная» в газете «Казахстанская правда» от 8 июля).

В марте, когда был введен режим чрезвычайного положения, представители власти дали гражданам обещания, касающиеся экономики и финансов (стабильность цен на продукты питания, освобождение от налогов и т. д.). Во время карантина в июле дали обещания, касающиеся здравоохранения (бесплатные лекарства, решение проблем с дефицитом медицинского оборудования, стабилизация цен на медикаменты и т. п.). Кроме того, в указанный период на повестку дня в медиа вышла и другая тема: день рождения Первого Президента Республики Казахстан, председателя Совета национальной безопасности Нурсултана Назарбаева. Несмотря на тяжелую ситуацию в стране, 6 июля государственные медиа отделились от темы пандемии.

В тот самый день Н. Назарбаев отмечал день рождения. В номере газеты «Егемен Қазақстан» за 5 июля слово «коронавирус» встречается 37 раз, COVID-19 – 8 раз, а в номере за 6 июля выражение COVID-19 ни разу не было использовано. Вместо этого в данном номере были опубликованы материалы, посвященные политической деятельности Н. Назарбаева и адресованные ему поздравления. Слово «коронавирус» встретилось в номере трижды. Один раз оно было использовано для раскрытия образа Н. Назарбаева: «...Борьба Елбасы Нурсултана Абишевича с коронавирусом послужила примером мужества. Он внимательно следит за ситуацией в стране, несмотря на то, что вынужден пребывать в изоляции...».

Итоговые новости телеканала Qazaqstan занимают 30 минут эфирного времени. Из них 10 минут 2 июля были посвящены тому, чтобы рассказать о статье К. Токаева, посвященной первому президенту Н. Назарбаеву. Несмотря на тяжелое положение, в котором оказалась страна, государственные медиа Казахстана не забыли подчеркнуть важность фигуры первого президента.

В данный период государственные медиа сообщали также и об эпидемиологической ситуации за рубежом. Большинство сообщений показывали ситуацию не в тех странах, где успешно боролись с пандемией, а в тех, которые, как и Казахстан, переживали тяжелый период. К примеру, в репортаже из Бельгии местный житель говорит о том, что сам сшил себе маску, так как в аптеках масок не осталось (новости телеканала Qazaqstan, 3 июля).

В новостях за 7 июля сообщали о том, что Узбекистан закрыл свои границы и Казахстан оказал помощь гражданам Узбекистана, оставшимся на территории страны. Такие тексты подчеркивают мысль о том, что и в других странах имеются те же проблемы, что и в Казахстане, пандемию тяжело переживают и в других государствах. Исследователь Тён ван Дейк указал, что самовосхваление (*self-glorification*) и принижение других (*derogating others*) является одним из методов создания расистских дискурсов в текстах медиа (van Dijk, 2001). С помощью таких текстов информатор порождает расистские дискурсы, укрепляя тем самым

свое превосходство. Учитывать данную методологию ван Дейка, можем заключить, что, сообщая о своей помощи гражданам Узбекистана и показывая тяжелое положение других стран, власти стремились подчеркнуть свое превосходство.

Выводы

Подводя итоги, можем сказать, что исполнительная власть Казахстана, владельцы и специалисты медиа во время пандемии COVID-19 представляли аудиторию образ Казахстана как сильного социального государства через государственные медиа. Данный образ формировался в соответствии с интересами владельцев медиа с помощью специально подобранных слов, фактов, тем и дискурсов. Так образ сильного социального государства послужил для завоевания доверия народа и легитимации политической власти Казахстана. В период внедрения и отмены чрезвычайного положения государство представило себя как структуру, ставящую здоровье и благосостояние граждан на первое место и выполняющую все обязательства перед народом. Однако к концу июня, когда эпидемиологическая ситуация ухудшилась, оно пыталось убедить казахстанцев, что причиной осложнений является несоблюдение самими гражданами мер безопасности, а в проблеме с дефицитом лекарств обвиняло перекупщиков и обещало взять решение проблемы под контроль; освещало проблемы других стран, оказавшихся в тяжелом положении, и призывало к терпению.

Владельцем изученных нами медиа является правительство Казахстана, и они финансируются за счет государственного бюджета (egemen.kz, kazpravda.kz, qazaqstan.tv, khabar.kz). Однако, несмотря на то что в государственном бюджете есть вклад каждого члена казахстанского общества, государственные медиа служат не интересам своего истинного инвестора – казахстанского общества, а политической власти страны. То есть государственные медиа, вместо того чтобы требовать ответа от исполнительной власти и брать под контроль их действия, стали агитаторами правительства Казахстана.

Согласно концепции Юргена Хабермаса об общественной сфере (*public sphere*), медиа – это область, доступная для всего общества, автономная от государственного контроля и от контроля коммерческих структур, которая предоставляет равное количество времени и места сторонникам различных мнений и взглядов в обществе; где обсуждаются важные каждодневные проблемы, в решение которых она вносит свой вклад; которая устанавливает равный диалог между властью и обществом (Habermas, 2010).

Такая функция медиа нужна для того, чтобы правительство не злоупотребляло властью, народ получал объективную информацию, гражданское общество развивалось. Одним из условий, необходимых для претворения в жизнь выражения «демократическое государство», вписанного в Конституцию РК, является трансформация государственных медиа из правительственной сферы в общественную.

Для этого мы бы предложили два основных направления: 1) контент и его производство должны быть объективными, охватывающими все группы общества, дающими возможность выражать разные мнения на разных уровнях и доступными для всех; 2) руководство медиакорпораций

воспринимать себя прямым избранником общества и быть автономным от правительства Казахстана. Например, трое из шести членов Совета директоров газеты «Егемен Қазақстан» – представители Министерства информации (egemen.kz). Учитывая, что Совет директоров принимает важные решения относительно развития медиакорпорации и ее принципов, несложно понять, почему государственные медиа становятся правительственными медиа.

Список использованной литературы

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы, http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000_Последняя_дата_просмотра:14.11.2020
2. Welfare state <https://www.britannica.com/topic/welfare-state> Последняя_дата_просмотра:14.11.2020
3. Hamlin, Alan. (2008). "The Idea of Welfare and the Welfare State". *Public Finance and Management*. 8. 108–140.
4. Об официальном толковании пункта 1 статьи 1 Конституции Республики Казахстан, http://adilet.zan.kz/kaz/docs/S010000018_Последняя_дата_просмотра:14.11.2020
5. Maltseva, E. (2016). "Framing a welfare reform: the social benefits reform in Russia and Kazakhstan". *Canadian Slavonic Papers*, 58(3), 229–256.
6. Cook, L. J. (2007). "Negotiating welfare in postcommunist states". *Comparative Politics*, 40(1), 41–62.
7. Антикризисные меры Правительства: сколько средств будет направлено на поддержку граждан и экономики в условиях ЧП, <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/antikrizisnye-mery-pravitelstva-skolko-sredstv-budet-napravleno-na-podderzhku-grazhdan-i-ekonomiki-v-usloviyah-chp-1731059> Последняя_дата_просмотра:14.11.2020
8. Антикризисные меры Правительства: возобновление роста экономики и поддержка МСБ, <https://primeminister.kz/ru/news/reviews/antikrizisnye-mery-pravitelstva-vozobnovlenie-rosta-ekonomiki-i-podderzhka-msb-862620> Последняя_дата_просмотра:14.11.2020
9. JESSOP, Bob, *Kapitalist Devletin Geleceği*, (Çev: Ahmet Özcan), Epos Yayınları, Ankara, 2009. В данном материале: Eser, D. B., Memişoğlu, A. G. D., & Özdamar, G. (2011). "Sosyal siyasetin üretilmesi sürecinde refah devletinden neo-liberal devlete geçiş: Devletin kamu hizmeti sunma işlevinin değişimi". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 201–217.
10. Eser, D. B., Memişoğlu, A. G. D., & Özdamar, G. (2011). "Sosyal siyasetin üretilmesi sürecinde refah devletinden neo-liberal devlete geçiş: Devletin kamu hizmeti sunma işlevinin değişimi". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 201–217.
11. Lichter, S. R. (2017). "Theories of media bias". *The Oxford handbook of political communication*, 403.
12. Herman, E. S., & Chomsky, N. (2008). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Random House.
13. Тичер, С., Мейер, М., Водак, Р., & Веттер, Е. (2009). "Методы анализа текста и дискурса". Харьков: Гуманитарный центр, 5.
14. Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*.
15. Golding, P., & Middleton, S. (1982). *Images of welfare: Press and public attitudes to poverty*. Oxford: Robertson.
16. Kudaibergenova, D. T. (2019). "Compartmentalized Ideology: Presidential Addresses and Legitimation in Kazakhstan". In *Theorizing Central Asian Politics* (pp. 145–166). Palgrave Macmillan, Cham.
17. Zhang, W. (2015). "Discourse of resistance: Articulations of national cultural identity in media discourse on the 2008 Wenchuan earthquake in China". *Discourse & Communication*, 9(3), 355–370.
18. Казахстан вновь вводит карантин: из-за пневмонии или COVID-19? <https://www.dw.com/ru/%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD-%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8C-%D0%B>

2%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82-%D0%BA%D0%B0%D1%80%-
D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD-%D0%B8%D0%B7-%D0%B7%D0%B0-
%D0%BF%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0
%B8-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-covid-19/a-54029300 Последняя дата просмотра:
14.11.2020

19. Алексей Цой ҚР денсаулық сақтау министрі болып тағайындалды, <https://primeminister.kz/kz/news/aleksey-soy-kr-densaulyk-saktau-ministri-bolyp-tagayyndaldy-2553837> Последняя дата просмотра: 14.11.2020
20. International Guidelines for Certification and Classification (Coding) of COVID-19 as Cause of Death, https://www.who.int/classifications/icd/Guidelines_Cause_of_Death_COVID-19.pdf?ua=1 Последняя дата просмотра: 08.12.2020
21. Van Dijk, Teun A. “18 Critical discourse analysis.” The handbook of discourse analysis (2001): 349–371.
22. Корпоративтік басқару, <https://rtrk.kz/kz/corporate-governance/> Последняя дата просмотра: 10. 12.2020
23. Совет директоров, <https://khabar.kz/ru/agency/korporativnoe-upravlenie/sovot-direktorov> Последняя дата просмотра: 10. 12.2020
24. Годовой отчет акционерного общества “Республиканская газета Казахстанская правда”, <https://www.kazpravda.kz/uploads/redactors/files/5fb737f8212be1605842936.PDF> Последняя дата просмотра: 10. 12.2020
25. Егемен Қазақстан, корпоративті басқару <https://egemen.kz/page/korporativtik-basqaru> Последняя дата просмотра: 10. 12.2020
26. Habermas, J. (2010). The public sphere: an encyclopedia article (1964). The idea of the public sphere: A reader, 114–120.
27. Жанұзақов, Т. (2008). Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. Алматы: Дайк-Пресс, 968.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ В ГОРОДЕ ШЫМКЕНТЕ

Наталья Ворошилова

Введение

Пандемия инфекционного заболевания, вызываемого коронавирусом SARS-CoV-2 (COVID-19), спровоцировала ряд проблем в системах здравоохранения стран всего мира. В Республике Казахстан, как и в других государствах, пандемия COVID-19 продемонстрировала реальное состояние системы здравоохранения, не готовой к распространению вируса и нормальному бесперебойному функционированию в условиях повышенной эпидемиологической опасности.

Пандемия выявила и обнажила глубоко укоренившиеся недостатки в области оказания медицинской помощи (Terry, 2020). Как результат, пандемия COVID-19 имела драматические последствия и продиктовала необходимость реорганизации деятельности всех субъектов здравоохранения (Ruggieri et al., 2020). Необходимо учитывать, что глобальная пандемия COVID-19 продолжает нести разрушительные последствия для здоровья, экономики, общества и оказывать влияние на предоставление медицинских услуг (Watt, 2020).

Пандемия спровоцировала всплеск слухов, мистификаций и распространение дезинформации относительно этиологии, исходов, профилактики и лечения заболевания. Такое распространение дезинформации препятствует рациональному поведению населения и целесообразному выстраиванию деятельности медицинских учреждений. Это способствует большему распространению вируса и в конечном итоге приводит к ухудшению физического и психического здоровья людей.

Дезинформация как одно из проявлений некорректной информационной политики государства или ее полного отсутствия

За время пандемии во всем мире зарегистрированы тысячи несчастных случаев, спровоцированных дезинформацией, которая порождается отсутствием четкой и грамотной государственной информационной политики. Например, в Индии сообщалось, что отец троих детей покончил жизнь самоубийством, узнав, что ему поставили диагноз COVID-19 (Wallen, 2020). Весь мир помнит яркий пример распространения в

медиапространстве США информации о вводе национальной изоляции, что вызвало панику. Население США начало массово скупать продукты питания и туалетную бумагу, в результате чего была нарушена цепочка поставок, усугубился разрыв спроса и предложения, было спровоцировано отсутствие продовольственной безопасности лиц с низким социально-экономическим статусом и других уязвимых групп населения (Spencer, 2020). Другой пример негативных последствий ненадлежащего предоставления информации в СМИ можно было наблюдать в Нигерии, где работники здравоохранения обнаружили случаи передозировки хлорохином (препаратом, применяемым для лечения малярии) после распространения новостей о предполагаемой эффективности данного препарата для лечения COVID-19 (Busari & Adebayo, 2020).

Неправильно выстроенная информационная политика, предоставление недостоверных данных о методах диагностики и лечения COVID-19 сбивает с толку как население, так и поставщиков медицинских услуг, которые борются с малоизученным заболеванием. Помимо этого, снижается легитимность новых научных открытий, касающихся разработки лекарств или вакцин. Негативные последствия некорректно выстроенной информационной политики создают социальное недоверие в отношении COVID-19, что приводит к снижению уровня соблюдения карантина и рекомендуемых санитарных мер (Tasnim et al., 2020).

Для решения проблемы, поставщики медицинских услуг и население должны снабжаться последними результатами исследований и точной информацией. СМИ, организации здравоохранения, органы власти, общественные организации и другие заинтересованные стороны должны выстраивать стратегические партнерские отношения для своевременного обеспечения населения достоверной актуальной информацией в должном объеме.

Ряд исследователей считает, что применение передовых технологий, таких как обработка естественного языка и методы интеллектуального анализа данных, должны применяться для обнаружения и удаления со всех платформ социальных сетей контента, посвященного COVID-19, который не имеет научной базы. Предлагаемую практику следует контролировать с помощью нормативных и правоохранительных мер наряду с обеспечением служб телемедицины, предоставляющих точную информацию о COVID-19 (Shu et al., 2020).

Таким образом, отсутствие четкой стратегии и неправильно выстроенная информационная политика влечет за собой серьезные негативные последствия: снижение доверия населения к мерам, предпринимаемым органами власти; распространение недостоверной информации и теорий заговора; несоблюдение санитарных мер профилактики и, как следствие, распространение COVID-19 и рост заболеваемости. В информационной политике Министерства здравоохранения РК (МЗ РК), как и в ведомствах других стран, были упущения. Мы считаем, что это одна из причин критической ситуации, создавшейся в г. Шымкенте: на 15 октября 2020 года, согласно официальным статистическим данным, 5207 подтвержденных случаев COVID-19, 71 летальный исход.

Информационная политика Министерства здравоохранения Республики Казахстан: тренды развития с момента обретения Независимости

Если говорить о государственной информационной политике Министерства здравоохранения Республики Казахстан, то необходимо обратиться к трендам ее формирования и реализации. С момента обретения суверенитета и государственной независимости она прошла длительный путь становления, отправной точкой которого можно считать фундаментальное переустройство постсоветской системы здравоохранения. Нельзя недооценивать роль средств массовой информации в данном процессе. Журналистика и СМИ стали ответственными за своевременное обновление коммуникационных стратегий и информационной повестки. Общество могло наблюдать медиатизацию осуществляемых социальных преобразований, отражающих сложности реформирования системных трансформаций, происходящих в социальных институтах и сфере здравоохранения с их переходом в публичную сферу.

Показательной в данном отношении считается медиатизация реформ здравоохранения. С 2005 года по сегодняшний день здравоохранение Республики Казахстан находится в стадии реформирования, каждые 5 лет разрабатывается и реализуется государственная программа развития здравоохранения РК. После принятия и в ходе реализации каждой программы СМИ активно освещают намеченные цели, достигаемые результаты, разъясняет основные положения. Однако здравоохранение остается одной из наиболее сложных и проблемных социальных сфер. Проведенные исследования отечественных ученых свидетельствуют о том, что ряд проблем, которые волнуют массмедиа и общество, продолжают сохранять актуальность. Это сокращение объема бесплатной медицинской помощи, внедрение обязательного социального медицинского страхования, коммерциализация здравоохранения, сокращение коечного фонда, дефицит квалифицированных медицинских кадров, ограниченный доступ пациентов к высокотехнологичной диагностике и терапии (Жузжанов и др., 2007; Киялова, 2010; Жузжанов, 2007).

На данный момент в медиа декларируется следующая цель проводимых реформ: выстраивание эффективной, современной, технологичной модели здравоохранения, не уступающей по основным критериям и показателям ведущим мировым примерам, отвечающей парадигме социального государства.

Медиатизация современного общества и социальная ответственность медиа

Современное общество медиатизировано, медиа инкорпорированы в социальную ткань, разрешение проблем современных обществ невозможно вне публичной огласки. Пресса обладает социальной ответственностью, на ней делается акцент в социальных практиках и построении гражданского общества. К такому выводу пришла Ольга Миронова в ходе выполнения своего исследования, посвященного медиатизации реформ здравоохранения на опыте печатных СМИ в России (Миронова, 2017).

Исследования в области информационной социопсихологии и медиапсихологии, реализованные врачом и специалистом в области медицинской статистики, философии, эпидемиологии и демографии Игорем Гундаревым, продемонстрировали, что информативный фактор, при его недостаточности, является разрушительным для духовного и психического здоровья. В жизни современного человека большое значение имеет уверенность в завтрашнем дне и высокая степень информированности о текущей ситуации. Это является условием обеспечения желаемого качества жизни и реализации смысловых ценностей (Гундаров & Полесский, 2007; Гундаров, 2001).

Результаты исследований теоретика информационного общества Элвина Тоффлера свидетельствуют о том, что революция в СМИ ведет к революции в психике современного человека, в то же время бурное развитие коммуникаций и информационных технологий приводит к распаду психосферы. Перед всем миром и странами СНГ, в частности, стоит необходимость существенного переосмысления проблем здравоохранения в реалиях сегодняшнего дня с точки зрения качества реализуемых социальных коммуникаций и последствий, оказываемых на психику и сознание человека в результате информационного воздействия. Традиционные подходы не могут обеспечить качественное переосмысление и реформирование. Для совершенствования здравоохранения и эффективного преодоления возникающих вызовов требуется выход на новую методологическую парадигму социально-информационного характера (Тоффлер, 2001; Тоффлер, 2003; Тоффлер, 2007).

Имеется ряд исследований, реализованных на территории Российской Федерации, посвященных изучению различных аспектов функционирования СМИ, характера и механизмов влияния на общественное сознание (Березин, 2002; Грабельников, 2001; Засурский, 1999; Засурский, 2003; Засурский, 2004; Засурский, 2006; Коновченко & Киселев, 2004; Назаров, 2002; Свитич, 2000). Результаты и выводы данных исследований подчеркивают ведущую роль СМИ в формировании общественного сознания и выстраивания связей между населением и органами власти.

На фоне результатов данных исследований в общественном здравоохранении увеличивается роль информационно-коммуникативного фактора, а категория «общественное здоровье» становится не медицинской, а социально-информационной, социально-психологической, духовной и политической. Как доказывает ряд исследований, информационная политика органов управления здравоохранения имеет первостепенную важность для эффективного преодоления инфекционных заболеваний, адаптации к условиям повышенной эпидемиологической опасности и результативной профилактики ухудшения эпидемиологической ситуации.

СМИ, общественная паника и психопандемия COVID-19

Если обратиться к текущей ситуации, связанной с распространением коронавирусной инфекции, то ряд исследователей считают, что COVID-19 является психопандемией, явлением, с которым ранее человечество не сталкивались. Весной 2020 года Ассоциация медиков России опубликовала

открытое письмо президенту Российской Федерации, в котором призвало прекратить нагнетание ситуации, распространение недостоверной информации и развитие паники, связанной с COVID-19. Основанием для составления и публикации документа стала разворачивающаяся «эпидемия паники», породившая лавинообразный информационный поток, не всегда актуальный и достоверный. Один из членов Ассоциации медиков России отмечает, что на данный момент велика психоинфекционная угроза. Неправильно организованная информационная среда и чрезмерное использование коммуникационных технологий может привести к распространению недостоверной и непроверенной информации, что является угрозой для психики человека. В результате страдает иммунитет, что ведет к повышению восприимчивости к инфекционным заболеваниям (sobesednik.ru, 2020).

Группа ученых из Канады – Шеннон Коллинсон, Камран Хан, Джейн М. Хеффернан – пришла к выводу, что правильное освещение в СМИ таких инфекционных заболеваний как острый респираторный синдром, грипп H1N1, ближневосточный респираторный синдром, эпидемии гриппа, Эбола и H7N9, оказало значительное влияние на сокращение общего распространения этих патогенов за счет пропаганды здорового поведения. Сообщения средств массовой информации об эпидемии или пандемии могут предоставить важную информацию для населения и побудить к позитивным практикам здорового поведения, (таким как частое мытье рук, социальное дистанцирование), что снизит вероятность заражения перечисленными и другими инфекционными заболеваниями. В исследовании канадских ученых также отмечается, что усталость населения от средств массовой информации может минимизировать положительные эффекты. Для изучения влияния СМИ на результаты эпидемии/пандемии канадские исследователи предлагают использовать специализированные математические модели. С целью изучения влияния сообщений СМИ на пандемию H1N1 2009 года в исследовании использовалась стохастическая агентная модель для количественной оценки сообщений СМИ о вариабельности важных показателей общественного здравоохранения. Было обнаружено, что частота сообщений и игнорирование людьми санитарных норм из-за утомляемости от СМИ, сильно влияют на вариабельность важных показателей общественного здоровья. Наиболее значимым результатом данного исследования можно считать выявление следующей закономерности: когда в модель включаются СМИ с использованием программы *Global Public Health Intelligence Network (GPHIN)*, возникают две волны заражения, что и наблюдалось во время эпидемии 2009 года (Collinson et al., 2015).

Исследование, проведенное в 2020 году японскими исследователями Пейпи Сонг и Такаши Каракэ, показало, что быстрый обмен научной информацией является эффективным способом снижения общественной паники по поводу COVID-19. Оперативный обмен качественной, достоверной и актуальной научной информацией является ключом к разработке качественных рекомендаций в режиме реального времени для следующих специалистов: эпидемиологов (работающих над сдерживанием вспышек инфекционных заболеваний), врачей (осуществляющих лечение пациентов), разработчиков моделей для прогнозирования развития событий и повышения эффективности различных вмешательств.

Главный вывод исследования заключается в необходимости

дальнейшего быстрого и прозрачного обмена данными между учеными, работниками здравоохранения и прочими специалистами, которым необходимо знать эпидемиологические и клинические особенности COVID-19, инновационные методики его лечения (Song & Karako, 2020).

На данный момент существует острая необходимость качественного прогнозирования траектории развития пандемии и оценки факторов, которые могут сократить оказываемое ею негативное влияние. ВОЗ указала, что траектория пандемии, вероятно, останется прежней, но все еще не ясно, каким образом она будет развиваться, поэтому мировое сообщество должно оставаться бдительным (The Lancet, 2020). Решающее значение имеет то, как ключевая информация о пандемии будет представляться общественности во время следующей фазы или волны. Выступая на Мюнхенской конференции по безопасности 15 февраля 2020 г., генеральный директор ВОЗ доктор Тедрос Адханом Гебрейесус сказал: «Мы не просто боремся с эпидемией, мы боремся с инфодемией». Легкость, с которой недостоверная информация может распространяться через социальные сети, медиапространство и прочие каналы, ставит общественное здравоохранение в невыгодное положение. На этом фоне неопределенности особую важность обретает быстрое распространение достоверной информации, прозрачные статистические данные, беспрепятственный обмен данными, общение и обмен опытом специалистов здравоохранения, проведение рецензируемых исследований. Возможно, не удастся предотвратить пандемию COVID-19 в глобализированное время, однако грамотно организованная информационная политика органов управления здравоохранением, с задействованием различных каналов СМИ, является наиболее эффективной профилактикой паники и тревожности населения (The Lancet, 2020).

Международный опыт и наиболее эффективные решения в области медиапространства, СМИ и информационной политики органов управления здравоохранения во время пандемии COVID-19

Исследование, проведенное группой ученых из Тайваня, показало, что властям удалось сдерживать распространение инфекционного заболевания благодаря следующим факторам: использование опыта борьбы со вспышкой тяжелого острого респираторного синдрома в 2003 году; высокая степень осведомленности общественности; межведомственное сотрудничество органов государственной власти; использование потенциала передовых информационных технологий. Важно учитывать, что из-за своей близости к материковому Китаю и частых путешествий населения в Китай/из Китая, Тайвань одним из первых в мире столкнулся со сложными проблемами, связанными с предотвращением коронавирусной инфекции. Быстрое осуществление Тайванем мер по профилактике заболевания помогло выявить и изолировать первый случай COVID-19 в стране 20 января 2020 года. До февраля 2020 года в лабораториях Тайваня уже были разработаны 4-часовые наборы для проведения тестирования пациентов, а также было выявлено 2 штамма коронавируса (Lin et al., 2020).

Другое исследование, проведенное в Индии, выявило, что коронавирусная инфекция породила массовый страх перед COVID-19,

называемый «коронафобией». Это привело к множеству психиатрических проявлений в различных слоях общества. Совокупность факторов, обусловленных COVID-19, вызывала острую панику, тревогу, навязчивое поведение, паранойю и депрессию, а также посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР). Участились случаи вспышек расизма, стигматизации и ксенофобии в отношении определенных сообществ. Медицинские работники столкнулись с такими психологическими последствиями как профессиональное выгорание, беспокойство, страх заражения и передачи инфекции своим родным и близким, депрессия, ПТСР. Программы смягчения последствий COVID-19 на уровне местных сообществ нарушают привычный образ жизни детей и могут вызвать у них психическое расстройство. Психосоциальные аспекты пожилых людей и лиц, осуществляющих уход за ними, показывают сдвиги в негативном направлении. Перечисленные состояния подпитываются «инфодемией», распространяющейся через различные платформы социальных сетей и СМИ. Исследователи видят решение для стабилизации и сокращения развивающихся психиатрических проявлений в борьбе с «инфодемией» посредством вмешательства государства в качество и объем предоставляемой информации (Dubey et al., 2020).

Следующее исследование, проведенное немецкими учеными, доказало наличие положительной корреляции между освещением в СМИ вопросов COVID-19 и развитием у людей таких психических отклонений как неспецифическая тревожность, депрессия и тематический страх (Bendau et al., 2020). В ходе исследования были получены следующие результаты, которые являются базой для дальнейшей разработки рекомендаций по совершенствованию работы СМИ и информационной политики государства во время пандемии COVID-19. Выявлена положительная корреляция между освещением в СМИ вопросов, связанных с COVID-19, и развитием тревожности, депрессии и страха. Установлен порог безопасных частот (он составил 7 раз в день) и продолжительности (составил 2,5 часа в день) потребления медиапродукта для получения информации о COVID-19. Превышение данного порога ведет к появлению жалоб на психическое здоровье. Степень психического расстройства зависит от типа средств массовой информации, который преимущественно используется для получения информации. Использование социальных сетей вызывает более высокую степень неспецифической тревоги и депрессии относительно информирования из официальных источников. Это подтверждает мнение ВОЗ о том, что для получения информации о COVID-19 в первую очередь следует полагаться на сведения органов здравоохранения (who.int, 2020). У людей, имеющих предшествующие страхи, связанные со здоровьем, корреляция между частотой, продолжительностью использования СМИ для получения информации о COVID-19 и тревожными, депрессивными состояниями выражена сильнее, чем у людей, которые этих страхов не имели (Bendau et al., 2020). Исследование подтверждает и существенно расширяет работу китайских ученых, которые обнаружили, что степень тревожности и депрессии достоверно положительно коррелирует с частотой (определяемой как «меньше», «иногда» или «часто») использования медиа для получения информации о COVID-19. В китайском исследовании приняли участие 4000 граждан, был использован кросс-секционный дизайн исследования с применением генерализованной шкалы тревожных расстройств (GAD-7) и индекса благополучия ВОЗ-Five (ВОЗ-5) (Gao et al., 2020).

Исследование, реализованное в Иракском Курдистане, показало, что

социальные сети оказывают значительное влияние на распространение страха и паники в связи со вспышкой COVID-19. Было выявлено, что Facebook являлся наиболее часто используемой социальной сетью для распространения паники по поводу вспышки COVID-19. Была обнаружена положительная корреляция между использованием социальных сетей и распространением паники, связанной с COVID-19 ($R=0,8701$). Результаты исследования продемонстрировали, что большинство молодых людей в возрасте 18–35 лет сталкиваются с психологической тревогой в результате информационной паники (40,2 % при $n=135/336$). В качестве решения имеющейся проблемы исследователи из Курдистана предлагают проводить обучение среди потребителей медиа. Обучающиеся должны научиться отличать достоверную информацию, критически относиться к получаемым массивам информации (Ahmad et al., 2020).

Из трех описанных исследований можно сделать вывод, что освещение в СМИ вопросов COVID-19 является одним из наиболее сильных эмоциональных стрессоров в контексте текущей пандемии. И снова это приводит к заключению о необходимости совершенствования информационной политики в условиях повышенной эпидемиологической опасности в стране.

Высокая важность информационной политики органов управления здравоохранения и того, как она представляется в СМИ, подтверждается работой шведской исследовательницы Рэйчел Элизабет Ирвин. В первый месяц пандемии COVID-19 2020 года Швеция использовала ту же стратегию, что и большинство стран мира, работая над «сглаживанием кривой» заболеваемости путем замедления передачи, чтобы система здравоохранения могла справиться с болезнью. Об этом сообщалось во всех шведских СМИ. Ключевое отличие шведской модели «сглаживания кривой» заболеваемости заключалось в сосредоточении на добровольных поэтапных действиях, а не на принудительных мерах и ограничениях, вводимых на законодательном уровне. В результате данная модель привлекла к себе внимание и широкую огласку в международных СМИ. Распространилось шесть международных основных нарративов и дефиниций ситуации в Швеции в первый месяц пандемии COVID-19: жизнь в Швеции протекает в обычном ритме; Швеция придерживается стратегии коллективного иммунитета; Швеция не следует советам экспертов; Швеция не следует рекомендациям ВОЗ; шведский подход терпит неудачу; шведы доверяют правительству.

Перечисленные нарративы соответствуют реалиям лишь частично, в некоторых средствах массовой информации стиль повествования и рассматриваемые примеры использовались для создания сюжета, искажающего точность сообщения. В ходе исследования были изучены способы, с помощью которых международные СМИ конструируют факты о COVID-19 и представляют саму пандемию. Также были оценены последствия используемых способов (Irwin, 2020). На основании результатов исследования Ирвин можно сделать следующие выводы: аргументы и высказывания, которые исследователи и представители органов власти используют в своих выступлениях и интервью, могут неверно трактоваться, поэтому лицам, участвующим в освещении вопросов, связанных с COVID-19, рекомендуется пройти обучение работе со СМИ. Также риторика и стиль предоставления информации, речевые обороты могут изменить суть представляемой информации. К примеру, шведские меры по борьбе с COVID-19 отличаются от мер других стран не

так существенно, как это преподносится в международных СМИ, а скорее отличаются используемые «риторика и язык» (dn.se, 2020). Дело лишь в том, что в условиях демократического государства у населения всегда должна быть возможность задавать вопросы властям (thelocal.se, 2020). Однако некоторые международные СМИ не смогли должным образом сообщить о ситуации. Из-за большого спроса на контент о COVID-19, ряд изданий доверяли подготовку материалов журналистам, которые не имели навыков интерпретации и анализа мер общественного здравоохранения и медицинских статистических данных, а также графического отображения данных. Нельзя допускать, чтобы культура или менталитет стала оправданием всех допущенных ошибок и позиционировалась как главный фактор «вредного поведения» населения.

Заслуживает внимания исследование китайских ученых, которое продемонстрировало, что поисковые системы Google и Baidu и социальная сеть SinaWeibo смогли предсказать вспышку болезни на 1–2 недели раньше, чем традиционные системы наблюдения. Данные, полученные из GoogleTrends, BaiduIndex и SinaWeiboIndex по поисковым запросам «коронавирус» и «пневмония», максимально коррелируют с опубликованными данными Национальной комиссии здравоохранения КНР об ежедневной заболеваемости, лабораторно подтвержденных и предполагаемых случаях COVID-19 ($r > 0,89$). Было обнаружено, что пик интереса к этим ключевым словам в поисковых системах и соцсетях регистрировался на 10–14 дней раньше, чем пик заболеваемости COVID-19. Временной лаг показал максимальную корреляцию через 8–12 дней для лабораторно подтвержденных случаев и 6–8 дней для случаев с подозрением (Li, et al., 2020).

О пользе инструментов интернет-надзора для раннего прогнозирования эпидемий говорят и другие исследования, посвященные следующим заболеваниям: гриппа (Ginsberg, 2009), вируса Зика (Majumder, 2016), лихорадки денге (Marques-Toledo, 2017), ближневосточного респираторного синдрома (Shin, 2016), гриппа H1N1 (Wilson, 2009), кори (Santangelo, 2019). Можно сделать вывод, что надежные данные для точного и своевременного прогноза вспышек и прогрессирования инфекций можно получить на ранней стадии при небольших затратах. Доступность ранней информации об инфекционных заболеваниях будет полезна для принятия решений, связанных с контролем и профилактикой заболеваний.

На основании комплексного анализа научной литературы можно сделать вывод, что проблема эффективности информационно-коммуникативного управления общественным здоровьем и системой здравоохранения на сегодняшний день остается мало изученной как на международном уровне, так и в Республике Казахстан. Рассмотренные исследования, теории и разработки позволяют продвинуться в решении научных задач, поставленных в данном исследовании. Для более эффективного решения психосоциальных проблем Правительство РК, Министерство здравоохранения РК, медицинский персонал и другие заинтересованные стороны должны срочно разработать стратегию информационной политики с учетом успешных решений международного опыта для предотвращения психосоциальных кризисов.

Материалы и методы

Теоретико-методологической базой исследования являются социокоммуникативный, политико-информациологический, системный и социально-информациологический подходы к решению проблем информационной политики Министерства здравоохранения РК. Теоретико-методологическая база обусловлена междисциплинарным характером исследования. Особое место в работе занимают классические положения теории информации и социальной информациологии, теории современного гражданского и информационного общества, позволяющие выявить роль информационно-коммуникативного фактора в сохранении общественного здоровья и управления им, применить теоретические положения и концептуальные аргументы, обусловленные спецификой темы исследования.

Целью исследования является оценка влияния информационной политики Министерства здравоохранения РК в период пандемии COVID-19 на распространение коронавирусной инфекции в городе Шымкенте с последующей разработкой рекомендаций для формирования эффективной информационной политики в период пандемии COVID-19.

Задачами исследования являются:

1. Анализ международного опыта.
2. Оценка влияния объема новостей и сообщений Министерства здравоохранения РК на распространение коронавирусной инфекции в городе Шымкенте.
3. Разработка рекомендаций на основе международного опыта и выполненного анализа для формирования и реализации эффективной информационной политики Министерства здравоохранения РК в период пандемии COVID-19.

Были использованы такие методы как количественный и качественный анализ, контент-анализ, литературный обзор, методы сравнения, обобщения и аналогии, гипотетико-дедуктивный метод, сравнительный анализ. Анализ официальных статистических данных осуществлялся посредством оперативного анализа эпидемиологической ситуации с применением компьютерных программ.

В качестве материалов использовались статьи, опубликованные в международных библиографических и реферативных базах данных (Scopus, PubMed); официальные статистические данные по заболеваемости COVID-19 населения города Шымкента; официальная информация сайта Министерства здравоохранения РК; новости, сообщения и прочая информация, источником которой являлось Министерство здравоохранения РК, опубликованная в медиа. В качестве медиа исследовались следующие СМИ: информационный инстаграм-аккаунт города Шымкента – @shymkent.online (около 300 000 подписчиков по состоянию на сентябрь 2020 года) и наиболее крупный новостной республиканский портал Tengrinews.kz.

Для оценки влияния информационной политики Министерства здравоохранения РК в период пандемии COVID-19 на распространение коронавирусной инфекции в городе Шымкенте сначала был выполнен оперативный анализ эпидемиологической ситуации по COVID-19.

Анализировались официальные статистические данные по заболеваемости COVID-19 населения города Шымкента за период с 6 апреля по 17 августа 2020 г. Выбор периода обусловлен введением строго карантина на всей территории города Шымкента 4 апреля (так как анализируются данные за каждую неделю, выбрано 6 апреля – понедельник) и снятием большей части введенных ранее ограничений 17 августа.

Оперативный анализ эпидемиологической ситуации состоял из следующих этапов:

1. Вычисление интенсивного показателя текущей заболеваемости и эпидемиологического порога за каждую неделю анализируемого периода. Интенсивный показатель текущей заболеваемости рассчитывался по формуле:

$$Z = \frac{DZ}{N} \cdot 100 \% \quad \text{где:}$$

DZ – число новых зарегистрированных случаев за исследуемый период;

N – среднегодовая численность населения.

Эпидемиологический порог за каждую неделю анализируемого периода был взят как 5 % от средней численности населения города Шымкента за исследуемый период, что соответствует универсальному эпидемиологическому порогу. Это объясняется новизной инфекции и невозможностью на данный момент рассчитать эпидемиологический порог на основании данных наблюдений в течение нескольких лет.

2. Сравнение заболеваемости (в интенсивных показателях) за анализируемую неделю выбранного периода с рассчитанным для данной недели эпидпорогом (среди совокупного населения).
3. Определение темпа прироста заболеваемости в анализируемую неделю по отношению к предыдущей по интенсивным показателям по формуле::

$$\frac{P_i - P_{i-1}}{P_{i-1}} \cdot 100 \%, \text{ где:}$$

P_i – заболеваемость за анализируемую неделю;

P_{i-1} – заболеваемость за предшествующую неделю.

Далее был выполнен анализ эффекта размещения информации на сайте Министерства здравоохранения РК, а также сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является Министерство, в медиа. Анализ был выполнен посредством сопоставления объема размещенной информации и интенсивного показателя заболеваемости COVID-19 в течение одной календарной недели (неделя А) с интенсивным показателем заболеваемости COVID-19 недели, которая началась через 14 дней после недели А (неделя В) (14 дней соответствуют длительности инкубационного периода для COVID-19). Результаты представлены в таблице 2.

Результаты

Таблица 1. Оперативный анализ эпидемиологической ситуации города Шымкента на основании динамики заболеваемости COVID-19

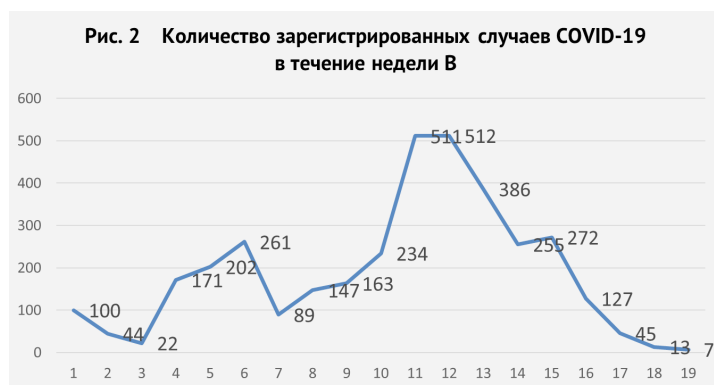
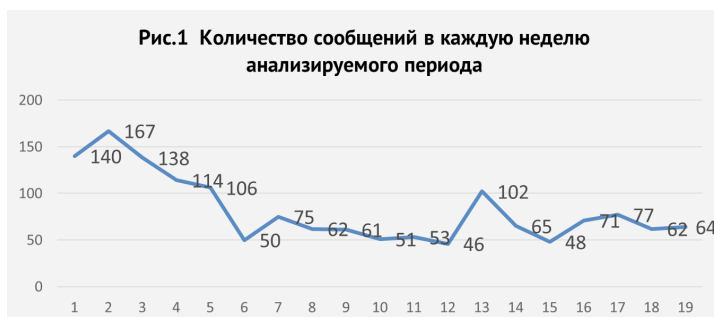
№	Даты недели	Количество зарегистрированных случаев	Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 (%)	Эпидемический порог за данную календарную неделю года (52500 случаев)	Во сколько раз интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 больше/меньше эпидемического порога (+ или -, раз)	Темп прироста/убыли заболеваемости по сравнению с предыдущей неделей (+ или -, %)
1	06.04–12.04	24	0.0023	5%	-2173.91	-
2	13.04–19.04	29	0.0028	5%	-1785.71	+20.8
3	20.04–26.04	100	0.0095	5%	-526.31	+244.8
4	27.04–03.05	44	0.0042	5%	-1190.5	-56
5	04.05–10.05	22	0.0021	5%	-238.1	-50
6	11.05–17.05	171	0.0163	5%	-306.7	+677.3
7	18.05–24.05	202	0.0192	5%	-260.4	+18.1
8	25.05–31.05	261	0.0249	5%	-200.8	+29.2
9	01.06–07.06	89	0.0085	5%	-588.2	-65.9
10	08.06–14.06	147	0,014	5%	-357.1	-65.2
11	15.06–21.06	163	0.0155	5%	-322.6	+9.8
12	22.06–28.06	234	0.0223	5%	-224.2	+30.3
13	29.06–05.07	511	0.0487	5%	-102.7	+118.4

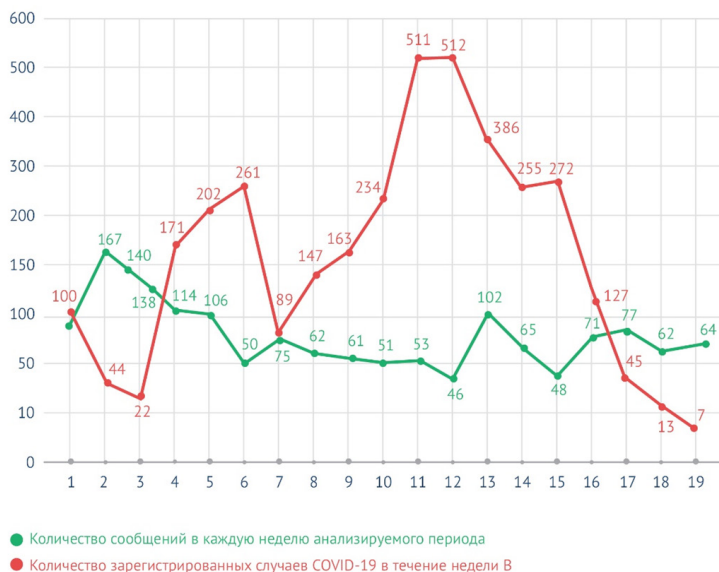
<i>№</i>	<i>Даты недели</i>	<i>Количество зарегистрированных случаев</i>	<i>Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 (%)</i>	<i>Эпидемический порог за данную календарную неделю года (52500 случаев)</i>	<i>Во сколько раз интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 больше/меньше эпидемического порога (+ или -, раз)</i>	<i>Темп прироста/убыли заболеваемости по сравнению с предыдущей неделей (+ или -, %)</i>
14	06.07–12.07	512	0.0487	5%	-102.7	+0.2
15	13.07–19.07	386	0.0367	5%	-136.2	-24.6
16	20.07–26.07	255	0.0243	5%	-205.8	-33.9
17	27.07–02.08	272	0.0259	5%	-193.1	+6.7
18	03.08–09.08	127	0.0121	5%	-413.1	-53.3
19	10.08–17.08	45	0.0043	5%	-1162.8	-66.9

Таблица 2. Анализ эффекта размещения информации на сайте Министерства здравоохранения РК, а также сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является Министерство, в медиа

	Даты недели А	Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 (%) недели А	Количество сообщений и новостей на сайте МЗ РК, посвященных COVID-19 в течение недели А	Количество сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является МЗ РК, размещенных в Instagram-аккаунте @shymkent.online в течение недели А	Количество сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является МЗ РК, размещенных на портале Tengrinews.kz в течение недели А	Общее число сообщений и новостей	Даты недели В	Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 (%) недели В	Темп прироста/убыли заболеваемости недели В по сравнению с неделей А (+ или - и %)
1	06.04–12.04	0.0023	37	17	86	40	20.04–26.04	0.0095	+313.04
2	13.04–19.04	0.0028	48	14	105	67	27.04–03.05	0.0042	+50
3	20.04–26.04	0.0095	38	17	83	38	04.05–10.05	0.0021	-77.9
4	27.04–03.05	0.0042	26	14	74	14	11.05–17.05	0.0163	+288.1
5	04.05–10.05	0.0021	22	7	77	06	18.05–24.05	0.0192	+814.3
6	11.05–17.05	0.0163	11	13	26	0	25.05–31.05	0.0249	+52.8
7	18.05–24.05	0.0192	17	12	46	5	01.06–07.06	0.0085	-55.7
8	25.05–31.05	0.0249	17	13	32	2	08.06–14.06	0,0141	-43.4
9	01.06–07.06	0.0085	11	8	42	1	15.06–21.06	0.0155	+82.4
10	08.06–14.06	0,0141	1	10	40	1	22.06–28.06	0.0223	+58.2
11	15.06–21.06	0.0155	4	7	42	3	29.06–05.07	0.0487	+214.2
12	22.06–28.06	0.0223	13	8	25	6	06.07–12.07	0.0487	+118.4
13	29.06–05.07	0.0487	28	12	62	02	13.07–19.07	0.0367	-24.6
14	06.07–12.07	0.0487	21	4	40	5	20.07–26.07	0.0243	-50.1

	Даты недели А	Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 недели А	Количество сообщений и новостей на сайте МЗ РК, посвященных COVID-19 в течение недели А	Количество сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является МЗ РК, размещенных в Instagram-аккаунте @shytkent.online в течение недели А	Количество сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является МЗ РК, размещенных на портале Tengitnews.kz в течение недели А	Общее число сообщений и новостей	Даты недели В	Интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 недели В	Темп прироста/убыли заболеваемости недели В по сравнению с неделей А (+ или - и %)
15	13.07–19.07	0.0367	9	3	36	8	27.07–02.08	0.0259	-29.4
16	20.07–26.07	0.0243	16	10	45	1	03.08–09.08	0.0121	-50.2
17	27.07–02.08	0.0259	13	8	56	7	10.08–16.08	0.0043	-83.4
18	03.08–09.08	0.0121	12	3	47	2	17.08–23.08	0.0014	-88.4
19	10.08–16.08	0.0043	15	8	41	4	24.08–30.08	0.0009	-79.1





Обсуждения

Как уже отмечалось ранее, успех мер по профилактике, диагностике и лечению коронавирусной инфекции зависит от уровня подготовленности и текущего состояния государственной системы здравоохранения. При этом нельзя недооценивать влияние таких факторов как распространение инфодемии, дезинформации, конспирологических теорий, слухов и непроверенных данных.

На основании результатов реализованного комплексного контент-анализа и литературного обзора был сделан вывод о том, что вопрос эффективности информационно-коммуникативного управления общественным здоровьем и системой здравоохранения в условиях пандемии коронавирусной инфекции на сегодняшний день остается мало изученным как на международном уровне, так и в Республике Казахстан. Для борьбы с такими рассмотренными негативными факторами как инфодемия, дезинформация, распространение недостоверной и непроверенной информации, необходима разработка стратегии информационной политики с учетом успешных решений международного опыта для предотвращения психосоциальных кризисов.

Целью работы являлась оценка влияния информационной политики МЗ РК в период пандемии COVID-19 на распространение коронавирусной инфекции в городе Шымкенте с последующей разработкой рекомендаций для формирования эффективной информационной политики в период пандемии COVID-19.

Для этого сначала был выполнен оперативный анализ эпидемиологической ситуации города Шымкента на основании динамики заболеваемости COVID-19 (результаты представлены в таблице 1). За каждую неделю были собраны следующие показатели: количество

зарегистрированных случаев заболевания COVID-19, интенсивный показатель заболеваемости COVID-19, эпидемический порог. Исходя из этих сведений, были рассчитаны и приведены в таблице следующие значения: во сколько раз интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 больше/меньше эпидемического порога (+ или -, раз) и темп прироста/убыли заболеваемости по сравнению с предыдущей неделей (+ или -, %).

Максимальное количество зарегистрированных случаев заболевания COVID-19 и максимальный интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 были зарегистрированы на 13-ой и 14-ой неделе (511 и 512 случаев соответственно). При этом максимальный темп прироста был зарегистрирован на 6-ой неделе, в течение которой количество случаев увеличилось с 22 до 171, то есть темп прироста составил 677,3 %. Максимальный темп убыли приходится на последнюю анализируемую неделю, когда он составил 66,9 %. Также стоит отметить темп убыли на 9-ой и 10-ой неделях – 65,9 % и 65,2 % соответственно.

Если говорить о том, во сколько раз интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 больше/меньше эпидемического порога, то максимальное отклонение наблюдалось на старте анализируемого периода, когда в первую неделю было выявлено 24 зарегистрированных случая заболевания COVID-19, а интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 составил 0,0023 %: фактический интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 оказался в 2173,91 меньше универсального эпидемического порога. Наименьшее отклонение наблюдалось на 13-ой и 14-ой неделях (511 и 512 зарегистрированных случаев заболевания COVID-19 соответственно): фактический интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 оказался в 102.7 меньше универсального эпидемического порога.

Далее был выполнен анализ эффекта размещения информации на сайте Министерства здравоохранения РК, а также сообщений и новостей о COVID-19, источником которых является МЗ РК, в медиа (результаты представлены в таблице 2). Был рассчитан темп прироста/убыли заболеваемости недели В по сравнению с неделей А (+ или - и %). В качестве недели А бралась каждая первая неделя анализируемого периода, а в качестве недели В – неделя, которая наступала через 7 дней после окончания недели А. Для каждой недели А и В были рассчитаны интенсивные показатели заболеваемости COVID-19 (%) недели. Максимальный интенсивный показатель заболеваемости COVID-19 за недели А был зарегистрирован на 13-ой и 14-ой неделях группы А или 11-ой и 12-ой неделях группы В, и составил 0,0487 %. Далее было проанализировано количество сообщений и новостей о COVID-19, опубликованных в течение недели А на трех ресурсах: на сайте МЗ РК, в инстаграм-аккаунте @shymkent.online и на портале Tengrinews.kz (учитывались только сообщения и новости, источником которых являлось МЗ РК). Максимальное количество сообщений и новостей о COVID-19, опубликованных на сайте МЗ РК, пришлось на вторую неделю группы А и составило 48; опубликованных в инстаграм-аккаунте @shymkent.online пришлось на первую и третью недели группы А и составило 17; опубликованных на портале Tengrinews.kz пришлось на вторую неделю группы А и составило 105. Максимальное общее число новостей и сообщений пришлось на вторую недели группы А и составило 167.

Далее были сопоставлены данные столбцов №7 и №10 таблицы 2. В течение недели с 6 по 12 апреля 2020 года было сделано 140 сообщений на ресурсах, перечисленных выше. Темп прироста заболеваемости недели с 20 по 26 апреля 2020 года относительно недели с 6 по 12 апреля 2020 года составил 313,04 %. Далее происходили следующие изменения:

№ строки	Как изменилось общее число сообщений и новостей	Темп прироста / убыли
2	Увеличилось (+)	Прирост (+)
3	Уменьшилось (-)	Убыль (-)
4	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
5	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
6	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
7	Увеличилось (+)	Убыль (-)
8	Уменьшилось (-)	Убыль (-)
9	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
10	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
11	Увеличилось (+)	Прирост (+)
12	Уменьшилось (-)	Прирост (+)
13	Увеличилось (+)	Убыль (-)
14	Уменьшилось (-)	Убыль (-)
15	Уменьшилось (-)	Убыль (-)
16	Увеличилось (+)	Убыль (-)
17	Увеличилось (+)	Убыль (-)
18	Уменьшилось (-)	Убыль (-)
19	Увеличилось (+)	Убыль (-)

Более подробно изменения общего числа сообщений и новостей о COVID-19 и темпа прироста/убыли представлены на *рисунке 1* и *рисунке 2*. Можно выявить следующую корреляцию: с увеличением количества сообщений Министерства здравоохранения РК о COVID-19, в том числе публикации рекомендаций для населения в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19), повышается осведомленность населения, что ведет к снижению заболеваемости. При сокращении количества сообщений и новостей Министерства здравоохранения РК о COVID-19 заболеваемость увеличивается.

Заключение

На основании анализа международного опыта, выполненного оперативного анализа эпидемиологической ситуации г. Шымкента и оценки влияния объема новостей и сообщений МЗ РК на распространение коронавирусной инфекции в г. Шымкенте следует вывод о необходимости увеличения объема публикуемых официальных данных и информации, рекомендаций для населения в связи с распространением коронавирусной инфекции. Это позволит увеличить информированность граждан, повысить уровень доверия населения к органам власти, что приведет к сокращению заболеваемости и распространения COVID-19. Были

сформулированы следующие рекомендации для формирования и реализации эффективной информационной политики МЗ РК в период пандемии COVID-19:

1. Начать вести статистику по пневмонии с признаками COVID-19 в разрезе регионов, и объединить ее со статистикой по COVID-19.
2. Дополнить статистику по COVID-19 следующими данными по каждому региону: количество больных, находящихся на лечении и процент загрузки коечного фонда.
3. Внедрить в практику размещение еженедельной аналитической информации: как изменились показатели в течение недели, каков уровень угрозы на текущий момент в регионе с предоставлением рекомендаций и алгоритма действий для данного уровня угрозы.
4. Все вводимые ограничительные меры необходимо обосновывать и подкреплять проведенными актуальными исследованиями, опытом прошлых эпидемий, международным опытом.
5. Распространять только проверенную, доказанную информацию. Для этого нужно наладить стратегическое партнерство Министерства здравоохранения РК, СМИ, общественных организаций и гражданского общества на региональном и республиканском уровнях, скоординировано соединяя информационные ресурсы для оперативной передачи качественной информации.
6. Контролировать распространение слухов и дезинформации. Данного рода сообщения должны удаляться. Необходимо разрешить публикацию только научно обоснованной информации. Достигнуть поставленной цели позволит использование методов интеллектуального анализа текста для обнаружения онлайн-контента, не имеющего научной основы. Современные алгоритмы интеллектуального анализа данных успешно обнаруживают характеристики фейковых новостей и удаляют их.
7. Привлекать к ответственности онлайн-порталы и отдельных лиц, занимающихся производством и распространением дезинформации. Правоохранительные органы должны выявлять подобные случаи, наказывать виновных после расследования и обеспечения законных прав обвиняемых. В СМИ должны появляться новости о подобных наказаниях для предупреждения возникновения подобных случаев.
8. Публиковать тактики профилактики, лечения и организации поведения людей, которые показали положительный результат во время прошлых эпидемий и пандемий. Это будет способствовать сокращению распространенности и заболеваемости посредством пропаганды здорового поведения.
9. Повысить доступность телемедицины и информационных медицинских услуг для всего населения в целом и особенно для людей с ограниченным доступом к медицинской помощи. Это снизит риск внутрибольничных инфекций, а также сократит использование медицинских ресурсов.
10. Пройти специализированные курсы подготовки по работе со СМИ представителям Министерства здравоохранения РК и прочих государственных органов перед выступлением в СМИ. Это позволит минимизировать возможность неправильной трактовки

оглашаемых новостей, которая может отрицательно сказаться на состоянии общественного здравоохранения.

Список использованной литературы

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

Scientific Reports, 6(1):32920.

18. Shu, Sliva, Wang, Tang, Liu (2017). "Fake news detection on social media: a data mining perspective." *Special Interest Group on Knowledge Discovery & Data Mining explorations*, 19(1):22–36.
19. Song, Karako (2020). "COVID-19: Real-time dissemination of scientific information to fight a public health emergency of international concern." *BioScience Trends*, 14(1):1–2.
20. Spencer (2020). "False claims of nationwide lockdown for COVID-19." www.factcheck.org. Дата последнего просмотра: 30.09.2020.
21. Tasnim, Hossain, Mazumder (2020). "Impact of Rumors and Misinformation on COVID-19 in Social Media". *Journal of Preventive Medicine & Public Health*, 53(3):171–174.
22. Terry (2020). "COVID-19 and healthcare lessons already learned." *Journal of Law and the Biosciences*, 7(1): lsa016.
23. The Lancet. "COVID-19: fighting panic with information." *Lancet*, 395(10224):537.
24. Wallen (2020). "Coronavirus: Indian man 'died by suicide' after becoming convinced he was infected." www.telegraph.co.uk. Дата последнего просмотра: 30.09.2020.
25. Watt (2020). "COVID-19 is an opportunity for reform in dentistry." *Lancet*, 396(10249):462.
26. Wilson, Mason, Tobias, Peacey, Huang, Baker (2009). "Interpreting Google flu trends data for pandemic H1N1 influenza: the New Zealand experience." *Euro Surveill*, 14(44):19386.
27. World Health Organization (2020). "Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak." www.who.int. Дата последнего просмотра: 05.10.2020.
28. Березин (2002). *Сущность и реальность массовой коммуникации*. Москва: РУДН.
29. Грабельников (2001). *Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества*. Москва: Москва.
30. Гундаров (2001). *Демографическая катастрофа в России: причины, механизм, пути преодоления*. Москва: УРСС.
31. Гундаров, Полесский (2007). "Методологические требования к оценке качества технологий измерения здоровья." *Менеджер здравоохранения*, 4(12): 73–85.
32. Жузжанов (2007). "Основные направления развития и реформирования национальной системы охраны и укрепления здоровья народа и развития здравоохранения." *Материалы III съезда врачей и провизоров Республики Казахстан*. Астана.
33. Жузжанов, Кашаубаева, Бектурганов (2007). "Повышение эффективности здравоохранения и проблемы интеллектуального и кадрового менеджмента." *Материалы III съезда врачей и провизоров Республики Казахстан*. Астана.
34. Засурский (1999). "Массовая коммуникация в современном мире." *Вестник Московского университета*, 18(3): 174–179.
35. Засурский (2003). "СМИ и становление в России гражданского общества." *Журналист*, 1(12):16–18.
36. Засурский (2004). *Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2004*. Москва: МГУ.
37. Засурский (2006). "Теория коммуникации в контексте новых технологий." *Вестник Московского государственного университета. Журналистика*, 3 (12): 3.
38. Киялова (2010). "Оценка качества оказания медицинской помощи на догоспитальном этапе службой СМП." *Материалы Центрально-Азиатской*

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

ФРЕЙМЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА ОБ АНТИКОВИДНЫХ МЕРАХ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 (НА ПРИМЕРЕ АТЫРАУСКОЙ И ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТЕЙ)

Амина Урпекова

Пандемия COVID-19 особо подчеркнула роль СМИ, выветив важность распространения достоверной и оперативной информации. Именно в этот период появился специальный термин – инфодемия, обозначающий «возникающий во время эпидемии переизбыток информации, которая может быть как точной, так и недостоверной, что затрудняет поиск надежных данных о пандемии» (who.int, 2020).

Материалы, публикуемые в медиаресурсах, особенно в период чрезвычайного положения, используемые образы и символы, стереотипы могут спровоцировать определенное поведение населения – как положительное, так и негативное, поскольку СМИ выступают одними из основных каналов передачи и распространения информации, в том числе и государственной. В этой связи изучение ракурса подачи, освещения тем, связанных с пандемией, приобретают особую значимость.

В Казахстане, для государственных органов которого характерны слабая поддержка коммуникаций с населением и недоверие граждан к системе государственного управления в целом, пандемия раскрыла в полной мере проблему неготовности властей к оперативному информированию и раскрытию полной информации, а также низкой профессиональной этики СМИ, их подверженности инфодемии, публикации фейковых новостей и тому подобное.

В научной литературе по вопросам пандемии в Казахстане, несмотря на актуальность и большой спрос на публикации по данной тематике, вопросы медиаосвещения пандемии, государственной информационной политики в период пандемии нашли наименьшее отражение. В целом исследования по вопросам пандемии в Казахстане можно разделить на две группы: статьи, изучающие проблематику с медицинской точки зрения (Semenova et al., 2020; Maukayeva & Kariomova, 2020; Zhalmagambetov et al., 2020); и рассматривающие экономический эффект пандемии (Ионова, 2020; Buckley, 2020). В большинстве случаев информационная составляющая борьбы с пандемией в контексте Казахстана упоминается в рамках научных статей, посвященных изучению странового подхода разрешения коронакризиса. В работе М. Ахунова (2020) по оценке подходов борьбы с распространением пандемии в центральноазиатском регионе, хотя и отмечается факт замалчивания со стороны государства информации о COVID-19, в целом делается вывод, что информационная политика Казахстана, Узбекистана и Кыргызстана в начальном этапе карантина была успешна. Исследования непосредственно с позиции

СМИ, особенностей освещения медиаресурсами и в социальных сетях пандемии COVID-19, практически отсутствуют. В этой связи одной из целей данного исследования является внесение вклада в изучение проблематики медиаосвещения пандемии в Казахстане.

Казахстан, как и другие страны мира, в период пандемии использовал карантин как метод борьбы с распространением коронавируса. Однако с резким повышением числа заболевших в июне-июле правительству пришлось вновь прибегнуть к непопулярным методам жесткой изоляции, ограничения движения по всей стране. В этих условиях СМИ и социальные медиа выступили основными источниками информации о государственных мерах и предписаниях по борьбе с COVID-19.

Учитывая тот факт, что Казахстан является высокоцентрализованным государством, когда центр определяет и диктует «правила игры», и решения спускаются от центра на нижестоящие уровни государственного управления, особый интерес вызывают оценка, реакция на антиковидные меры на региональном уровне.

В этой связи представленное исследование направлено на изучение вопросов освещения региональными СМИ антиковидных мер на местном уровне. Данная работа задается целью найти ответ на следующие исследовательские вопросы и субвопросы:

- каким образом были освещены меры по противодействию пандемии COVID-19 в региональных электронных СМИ?
- есть ли отличия в освещении в зависимости от региона и тяжести ситуации?
- как в публикациях представлены центральная и местная государственная власти?

Чтобы ответить на поставленные вопросы исследование основывается на концепции фрейминга, согласно которой медиапубликации содержат определенные элементы, позволяющие им сформировать рамку восприятия и интерпретации того или иного объекта, темы или вопроса. Создание подобной рамки формирует направление, фокус понимания проблематики публикаций. Соответственно, изучение публикаций медиаресурсов с позиции фрейминга позволит определить подобные рамки и понять направление формирования данными ресурсами общественного мнения, что в условиях пандемии и чрезвычайного положения играет важную роль, так как от понимания и восприятия проблематики населением зависит решение сложившейся ситуации.

Данное исследование опирается на определение фрейминга Р.Энтмана, он понимает фрейминг как «отбор некоторых аспектов воспринимаемой реальности и выдвигание их на передний план в коммуникативном тексте таким образом, чтобы продвигать конкретное видение проблемы, интерпретацию, моральную оценку и/или рекомендацию по обращению с объектом» (1993:52).

В соответствии с концепцией фрейминга в рамках исследования использовался рамочный анализ (*frame analysis*) публикаций региональных электронных СМИ, раскрывавших меры по борьбе с пандемией. В научной литературе выработано достаточно большое количество различных техник проведения рамочного анализа. Данная

работа основывается на методике Р. Энтмана, модифицированной Дж. Кицингер (2007). Она включает в себя набор из восьми основных вопросов к тексту, отвечая на которые исследователь может формировать категории для анализа. Вопросы затрагивают следующие направления: определение проблематики; использованные определения, лейблы, фото, штампы, образы; описание акторов; стиль изложения; цитирование по тексту и другое.

В качестве источников данных выступили публикации наиболее популярного электронного медиаресурса в конкретном регионе, содержащие в себе информацию об антиковидных мерах. Сужение источников данных до электронных СМИ было произведено ввиду того, что все больше казахстанцев потребляют информацию посредством электронных СМИ, а также социальных сетей. Так, согласно данным Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности РК, сегодня более 84 % населения страны являются пользователями интернета, при этом в большей степени казахстанцы используют мобильный интернет, чем фиксированный.⁵ Вместе с тем, согласно исследованию К. Сахариянова (2020) по модернизации телевизионного рынка Казахстана, в среднем казахстанцы ежедневно проводят в интернете практически по три часа. Также автор отмечает тенденцию роста востребованности интернет-медиа и замещение ими печатных СМИ.

Временные рамки отбора и анализа публикаций ограничились июлем (с 1 по 31 июля) 2020 года. Июль был выбран, так как в этот период из-за высокого прироста заболевших коронавирусом был введен второй жесткий карантин с ограничением передвижения населения, и был разработан пакет мер, направленных на борьбу с пандемией. Соответственно, в июле основной темой материалов СМИ являлись меры борьбы с пандемией и их реализация.

В качестве регионов для исследования были выбраны Атырауская и Павлодарская области. В связи с тем, что одним из исследовательских субвопросов является изучение различий в освещении тематики в регионах в зависимости от тяжести ситуации, критерием выбора регионов стало количество заболевших за июль 2020 г. Атырауская область являлась одним из лидеров по количеству новых случаев заражения коронавирусом с начала июля и до его середины. Затем наблюдался спад, который в целом был характерен для всей страны. Для Павлодарской же области были характерны средние показатели по стране, которые варьировались в пределах 40–80 случаев в сутки (*таблица 1*).

5 «В Казахстане посчитали пользователей интернета». Kursiv.kz <https://kursiv.kz/news/otraslevye-temy/2020-04/v-kazahstane-poschitali-polzovateley-interneta>. Дата последнего просмотра: 13 октября 2020 г.

Таблица 1. Динамика прироста заболевших COVID-19 в разрезе регионов и городов республиканского значения за июль 2020 г. (по данным электронного ресурса coronavirus2020.kz)

Область	1 июля	2 июля	3 июля	4 июля	5 июля	10 июля	15 июля	20 июля	25 июля	31 июля
г. Нур-Султан	81	119	71	81	95	120	204	248	284	226
г. Алматы	195	206	114	72	113	223	219	251	173	211
г. Шымкент	43	100	101	76	84	80	76	27	39	26
Акмолинская область	52	46	42	34	32	34	43	53	53	56
Актюбинская область	63	59	41	36	32	87	53	17	12	24
Алматинская область	111	123	117	122	71	109	88	54	59	55
Атырауская область	287	327	377	342	325	243	218	96	85	45
ВКО	111	91	152	149	96	154	133	163	192	111
Жамбылская область	45	65	82	56	59	68	87	61	53	50
ЗКО	112	50	110	147	103	95	101	103	95	76
Карагандинская область	97	77	76	73	81	120	100	168	121	110
Костанайская область	11	48	52	36	17	65	49	57	59	64
Кызылординская область	105	25	37	30	40	61	74	119	24	16
Мангистауская область	83	78	114	44	124	76	41	54	71	32
Павлодарская область	59	37	68	52	53	59	63	67	73	84
СКО	28	21	19	19	17	56	95	72	80	64
Туркестанская область	26	29	71	83	61	58	30	20	21	39

Критериями отбора региональных электронных СМИ стали охват и читаемость ресурса. В соответствии с этим в рамках исследования были выбраны региональные информационные порталы «Ак Жайык» в Атырауской области и PavlodarNews в Павлодарской области.

Согласно месячному рейтингу сервиса интернет-статистики Zero.kz, сайт «Ак Жайык» занимает 23 место среди более чем 1700 казахстанских сайтов и, таким образом, первое место среди атырауских новостных сайтов по положению на 11 октября 2020 г. Следует отметить, что рейтинг составляется на основе посещаемости, количества просмотров, хостов и

не охватывает все информационные площадки. Просматривая статистику сайта за декабрь 2019 г. по сентябрь 2020 г., можно отметить, что в период пандемии популярность информационного портала «Ак Жайык» значительно выросла. Так, если в декабре 2019 г. сайт занимал 27 место в рейтинге с 360 тыс. посетителями и более 4 миллионами просмотров, то в марте сайт поднялся до 15 строчки рейтинга с более 5,3 миллионами посещений. Пик посещаемости и читаемости сайта пришелся на июнь, когда сайт посетило более 800 тыс. пользователей. В июле рейтинг сайта снизился до 18 места, хотя посетили сайт более 620 тыс. человек с общим количеством просмотров в более чем 6 миллионов.⁶

К сожалению, информационный ресурс Павлодарской области не входит в систему рейтинга Zero.kz. Однако, согласно рейтингу LiveInternet, на 11 октября за месячный период ресурс занимал 43 место среди 164 новостных сайтов. Ежедневно сайт посещает около 5000 человек. Кроме того, сайт имеет страницу в Instagram, на которую подписаны более 34 тыс. человек. Дополнительно материалы PavlodarNews публикуются на одной из популярных среди жителей области и города Instagram-страниц – «Типичный Павлодар» – с более 174 тыс. подписчиков.

Отбор публикаций проводился вручную путем просмотра материалов архивов порталов за июль 2020 г. Критерием отбора выступила тематика публикаций, включающая антиковидные меры и их реализацию в регионе. Стоит подчеркнуть, что для исследования отбирались оригинальные публикации выбранных СМИ, то есть исключалась из списка перепечатка материалов других медиаресурсов. Таким образом, в результате для исследования было отобрано 94 статьи, из них 60 материалов информационного портала «Ак Жайык» и 34 публикации PavlodarNews.

В целом публикации обоих ресурсов относительно небольшие по объему, среднее количество слов варьируется в пределах 200–300. Каждый материал сопровождается иллюстративным фото. «Ак Жайык» в большей степени использует фотографии, сделанные его репортерами, затем эти снимки также применяются для других материалов сайта. Кроме того, публикации по итогам брифингов, совещаний, пресс-конференций сопровождаются официальными фотографиями с таких мероприятий. PavlodarNews также использует иллюстративные фото, но, как правило, это материалы других организаций, участвовавших в мероприятии, описанном в публикациях портала. Также ресурс размещает фото, взятые с просторов интернета с указанием авторов контента.

Публикации информационных порталов можно условно разделить на две группы: информационные и аналитические или оценочные. Первые, как следует из названия, нацелены на информирование населения о том или ином событии, мероприятии, решении, итогах деятельности без какой-либо оценки, мнения автора материала либо редакции. Как правило, подобные материалы основываются на итогах прошедшего мероприятия – к примеру, брифинга, пресс-конференции, а также на информационных сообщениях, официальных пресс-релизах от государственных органов о ходе реализации мер по противодействию распространению вируса в регионе. Здесь можно дополнительно отметить, что PavlodarNews также следит за аккаунтами государственных органов в социальных сетях и

6 Сервис интернет-статистики Zero.kz. Показатели сайта «Ак Жайык». https://zero.kz/site/show/site_id_70976_sayt-atoryauskoy-gazety-ak-jauyk/ Дата последнего просмотра: 11 октября 2020 г.

черпает в них информацию для своих публикаций. Соответственно, стиль изложения контента в подобных материалах более сдержанный, официальный, так как журналисты зачастую используют официальную информацию и цитируют государственных служащих. К примеру, подобные публикации изобилуют следующими словосочетаниями: «ситуация в регионе стабилизирована», «согласно постановлению», «согласно указу главы государства», «дано поручение», «документы направлены в соответствующие органы» и тому подобное.

Темы информационных публикаций также можно разделить на несколько групп. Одной из главных тем в обоих регионах является проблема обеспечения регионов лекарствами, так как для Казахстана в целом в тот период дефицит лекарственных средств являлся особо актуальным. Эта же группа материалов затрагивает вопросы мониторинга цен и борьбы со спекулянтами, а также действий региональных властей по решению проблемы дефицита лекарств. Далее следуют материалы по вопросам госпитализации, обеспечения больниц и провизорных центров необходимым оборудованием и средствами, а также решения вопросов с нехваткой медицинского персонала. Следующая тема покрывает вопросы ограничительных антиковидных мер, включающие в себя описание дополнений в постановление, разъяснения государственных органов об условиях карантина, а также итоги рейдов по выявлению нарушений режима карантина. Для PavlodarNews также характерна публикация материалов на тему о гуманитарной помощи и меценатстве местных бизнесменов.

Из 94 анализируемых публикаций электронных СМИ 84 относятся к первой группе, то есть информационным материалам. В региональном разрезе 50 из них – это публикации «Ак Жайык» и 34 – PavlodarNews.

Вторая группа публикаций условно относится к аналитическим или оценочным, так как в них содержатся уникальные материалы, представленные репортерами медиаресурса, и для которых характерны оценка ситуации в регионе по тому или иному вопросу, либо выражения мнения редакции. Так как материалы создаются непосредственно журналистами, то и формы их подачи разнятся: фоторепортажи, интервью, мнения жителей из социальных сетей, дополненные позицией редакции. Стиль изложения, хотя и не такой официальный и сдержанный как в информативных сообщениях, все же имеет определенные рамки. Касательно тем, затрагивающих подобные публикации, можно в целом их объединить в одну общую группу оценки деятельности исполнительной власти на местах по реализации мер борьбы с пандемией. Следует отметить, что все оценочные материалы за исследуемый период были опубликованы на информационном портале «Ак Жайык», общее их количество – 10.

Антиковидные меры в обоих случаях представлены сквозь призму деятельности государственных органов по их реализации, то есть оценка непосредственно мер со стороны редакций медиаресурсов отсутствует. Кроме того, стоит выделить, что региональные СМИ в своих публикациях в качестве дополнительной информации размещали и разъясняли населению определенные процедуры и алгоритмы действий, связанные с пандемией. В данном ключе можно выделить алгоритмы подачи на социальные выплаты в размере 42 500 тенге. Медиаресурсы в обоих регионах разъясняли категории людей, которые имеют право подавать заявки для получения данной выплаты, а также писали, каким образом это

можно сделать. Кроме того, в материалах PavlodarNews особое внимание уделялось процессу сдачи ПЦР-тестов (две публикации из 34 посвящены этому вопросу), где была дана информация о категориях граждан, для которых прохождение теста бесплатно, а также места сдачи в городе, стоимость процедуры по каждому отдельному центру сбора и анализа тестов. Информационный портал «Ак Жайык» включал в свои публикации механизмы и инструменты для участия населения в мониторинге ситуации в области, что особо проявилось в вопросе контроля за ценами и доступностью лекарственных средств.

Атырауский медиаресурс в целом, не давая прямую оценку разработанным мерам по борьбе с пандемией, все же опосредованно, через частую публикацию материалов о нехватке лекарственных средств, спекуляции, размещение фотографий толп и очередей перед аптеками, интервью с жителями города формирует мнение о недостаточности принятых в регионе мер. К примеру, в одном из материалов портала была дана следующая оценка результатов проверки цен на лекарственные средства: «Результаты проверки можно назвать скромными, учитывая, что ранее в социальных сетях жители Атырау жаловались, что стоимость дефицитных лекарств в аптеках поднялась в разы». В целом для медиаресурса свойственна апелляция к недовольству со стороны населения по поводу работы местных органов власти, которая выражается в формулировках: «ранее жители высказывали недовольство», «жители Атырау жаловались», «основанием послужили жалобы граждан» и т. д.

Более того, медиаресурс указывал на неточность формулировок, наличие непонятных для населения моментов в постановлениях по введению карантина, отсутствие полного разъяснения, открытости по процедурам поддержки граждан и медицинских работников, что вызывало споры и недовольство у местных жителей: «у людей возникло много вопросов», «бурно критиковалось в соцсетях», «изложено было не очень внятно, отчего и понадобилось это разъяснение»; «в чем заключается, он (руководитель Управления здравоохранения) не уточнил».

При описании антиковидных мер, так как в большинстве случаев за основу публикации была взята официальная информация государственных органов, текст насыщен цифровыми показателями, а также использованы две разные глагольные временные формы – что сделано и что планируется сделать: дано поручение, приобрели, договорились, приобретем дополнительно, будут доставлены и т. д.

Публикации PavlodarNews практически полностью составлены на основе пресс-релизов о деятельности акима области по борьбе с пандемией COVID-19 в регионе. Дополнительно использовались данные областной прокуратуры, департамента полиции, а также павлодарского филиала Фонда медицинского страхования. Материалы содержат большое количество цифр о потраченных средствах, закупленного медицинского оборудования, а также в целом о ситуации с заболевшими по региону. Проблемы если и указываются, то следом идет упоминание предпринятых шагов по их решению: «У нас нет централизованного кислородоснабжения, в палатах интенсивной терапии мы справляемся за счет кислородных баллонов, этого пока достаточно... Сейчас уже подготовлена проектно-сметная документация для оснащения нашей больницы кислородоснабжающей системой»; «Все проблемы, связанные с организацией условий для медработников, сегодня решены». Более того, подчеркивается эффективность принятых мер, о чем свидетельствует

снижение роста заболевших в районах области: «Уменьшения удалось добиться в том числе за счет мобильных бригад, работающих при поликлиниках». Здесь также использовались формулировки о порученном, сделанном, и о том, что запланировано и будет сделано в рамках борьбы с распространением пандемии в регионе.

В публикациях медиаресурсов упоминаются несколько акторов, которых можно разделить на три большие группы: исполнительная власть на местах, органы контроля и население области.

В материалах информационного портала «Ак Жайык» региональная исполнительная власть в целом представляется двояко: это связано с тем, что информационные материалы представлены на основе выступлений представителей государственных органов, которые, естественно, представляют свою деятельность в положительном ключе, используя выражения для подчеркивания эффективности своей работы: «на многих объектах нарушения были устранены сразу»; «ИВЛ пока хватает, но приобретем еще около 40»; «данный скрининг является действенной мерой, защищающей большие коллективы работников»; «услуга запущена в Атырауской области первой из всех регионов».

При этом стоит отметить, что местные государственные органы в качестве объяснения причин сложившейся серьезной ситуации в области, а также необходимости введения жесткого карантина ссылаются на центральные органы власти, а также обстановку по всему Казахстану: «дефицит лекарств, как вы знаете, есть по всем регионам»; «это не только в нашем регионе, но и по всей стране»; «в Мангистауской области на месторождениях Бузачи и Каражанбас вообще карантин».

С другой стороны, редакция медиаресурса сформировала образ местной исполнительной власти как неспособной справиться с ситуацией. В частности, для описания положения в регионе использовались следующие выражения (как в рамках цитирования, так и в качестве мнения редакции, журналистов портала): «регион охвачен паникой», «жители предоставлены сами себе», «ситуация в Атырауской области действительно складывается катастрофическая», «области нужны неравнодушные люди, способные адекватно оценивать, реагировать и организовывать работу»; «акимату было бы целесообразнее»; «сейчас наблюдается паника и отчаяние не только среди населения, но и в исполнительной власти».

Иллюстративным в этом ключе является интервью, взятое у бывшего заместителя первого руководителя области о мерах, которые необходимо предпринять для стабилизации ситуации в области. Более того, публикация оценки деятельности местных властей со стороны центральных органов дополнительно привносит в образ исполнительных органов элемент несостоятельности. Так, в публикациях отмечается назначение на место главного областного санитарного врача из столицы, занимавшего ранее место главного санитарного врача по транспорту, а также выговор главы государства в адрес акима Атырауской области. В материале приводится цитата Президента: «Руководитель региона не справляется с обязанностями». Для решения ситуации в области в регион был направлен также вице-премьер Е. Тугжанов.

Использование в данном контексте обращения к местным государственным органам как к исполнительной власти еще раз

подчеркивает основной функционал этих структур, с которым они не справляются.

В качестве одного из провалов местной власти медиаресурс выделяет слабую работу по донесению решений, процедур, прав и обязанностей как граждан, так и бизнеса, а также неспособность организовать эффективную систему по получению жителями медицинских услуг, несмотря на заверения, что работа в этом направлении ведется: «Кстати, сегодня я ходила в аптеку сразу после шести вечера – там было уже закрыто. Видимо, еще не знали»; «на словах-то у него все хорошо, но сегодня получить направление на обследование практически невозможно».

Примечательной является серия публикаций медиаресурса о ситуации вокруг тендера по закупке аппаратов ИВЛ, на приобретение которых Управление здравоохранения области заключило с уральскими производителями договор, но затем он был расторгнут якобы в связи с приказом Министерства здравоохранения. Вопрос поднял депутат Мажилиса А. Перуашев. Журналисты портала в процессе расследования причин разрыва договора выяснили, что от министерства подобного указания не поступало. Лишь после публикаций Управление дало официальный ответ, в котором разъяснило причины отказа от закупа. Однако после заявления ресурс опубликовал мнение мажлисмента по этому вопросу, и Перуашев отметил отсутствие полной информации со стороны государственных органов Атырауской области и их недалекость в вопросе закупа ИВЛ ввиду сложной ситуации в регионе.

Резюмируя, можно отметить: эта ситуация подчеркивает неубедительность местных властей в вопросе руководства областью во время чрезвычайного положения. Данный аспект подавался как бы с позиции оценки вышестоящих лиц и институтов, также отмечена возможность коррупционных схем. Заключение прокурорских проверок также подавались в ключе неэффективности работы местных исполнительных органов, тем самым отмечается их ответственность за сложившуюся ситуацию в регионе: «...привело к неэффективному расходованию бюджетных средств и недополучению больницами жизненно необходимых средств».

Население также, с одной стороны, представлено как двигатель, который педалирует деятельность государственных органов в вопросе реализации антиковидных мер; отмечается, что жалобы, мнения жителей, выраженные в социальных сетях, службах города отразились в изменениях в постановлении о карантине, послужили причиной мониторинга аптек города на предмет завышения цен. С другой стороны, складывается образ граждан, которые своим поведением, несоблюдением карантинных предписаний провоцируют рост количества зараженных. Такое отношение к гражданам находит отражение в публикациях на тему проведения тоев, семейных мероприятий, отказа от личных средств защиты: «без маски, да еще и нелегал», «люди смертны, той – нет», «несмотря на карантин, атыраусцы продолжают проводить поминки», «местный житель сыграл свадьбу сына с 50 приглашенными, хотя сейчас семейные мероприятия с приглашением гостей запрещены полностью», «несмотря на запрет, проводили семейные памятные мероприятия, пригласив множество гостей». В подобном же ключе отмечают и местных предпринимателей, которые нарушают меры санитарной безопасности, проводят подпольные мероприятия.

Одними из действующих лиц публикаций информационного портала «Ак Жайык» являются органы прокуратуры и департамент полиции, за которыми закреплена функция проверяющих органов, фиксирующих нарушения. В контексте материалов медиаресурса не дается какая-либо оценка их деятельности. Информация о результатах проверки носит официальный характер с указанием количественных показателей, описанием кейсов правонарушений, а также последующего наказания либо правовых мер, которые будут приняты в отношении данных лиц. Контролирующие органы используют (посредством цитирования) для выделения определенных сторон других акторов, задействованных в публикациях ресурса. К примеру, образ населения, бизнеса, нарушающего режим карантина, формируется за счет результатов проверок; с другой стороны, подчеркивается активность жителей региона. Последнее можно подтвердить информацией от контролирующих органов, которые отмечают, что проверки начались в том числе из-за обращений граждан. Ранее уже было отмечено, что деятельность прокуратуры, результаты ее проверок служат основанием для оценок работы местной исполнительной власти.

В материалах PavlodarNews в качестве действующих лиц в большей степени выделяются также исполнительная власть в лице акима области, областной филиал фонда медицинского страхования и жителей области, бизнес.

Аким области представлен как активный руководитель, работающий на всех фронтах борьбы с пандемией в регионе, контролирующий ситуацию, раздающий указания и поручения и даже выступающий в роли проверяющего исполнение антиковидных мер: «глава региона пообщался с экибастузскими медицинскими работниками»; «глава региона потребовал сохранять безопасность медработников»; «в одной из аптек Аксу глава региона уточнил, какие лекарства есть в наличии»; «навещая пациентов, аким области спросил у них о качестве медицинского обслуживания, питания, лекарственном обеспечении и другом».

Руководитель региона изображен человеком, находящимся над всей структурой и при необходимости способный дергать за нужные рычаги. В текстах подчеркиваются решения и поручения акима, которые иногда выражаются от первого лица: «глава региона поручил создать стабилизационный лекарственный фонд», «поручил руководству города рекрутировать кадры», «глава региона также поручил привлекать в села врачей и средний медицинский персонал»; «я признателен своему коллеге за поддержку моего обращения и содействие»; «оперштаб, возглавляемый Абылкаиром Скаковым, ежедневно проводит онлайн-совещания для быстрого решения возникающих вопросов»; «поручаю поставлять лекарства в аптеки». Для усиления образа использовались также фотоматериалы с рабочими поездок акима области, на которых он изображен в действии, то есть во время разговоров с медиками, пациентами, обхода больниц, центров и аптек. Можно отметить также подчеркивание статуса акима за счет акцентирования подчиненных отношений «область – районы»: «для этого местные власти должны создавать условия для специалистов, в первую очередь предоставляя жилье»; «задача местных властей – привлечь медработников, в том числе выпускников медицинских вузов».

В целом, так как ситуация в области напрямую зависит от деятельности руководителя региона, реализация антиковидных мер в области

представлена в положительном свете, казалось бы, для создания образа эффективного лидера. Если и существуют определенные проблемы – например, с дефицитом лекарств, нехваткой медицинских работников, то эти вопросы находят на контроле и вот-вот решатся. Для иллюстрации вышеизложенного также использовались фотографии привезенного медицинского оборудования, оснащенных больниц, палат и т. д.

Фонд медицинского страхования представлен в публикациях медиаресурса с позиции выполненной работы, которая, как правило, выражается в сумме потраченных денег на реализацию той или иной меры по борьбе с пандемией: «Фонд медстрахования профинансировал порядка 6,5 тыс. ПЦР-исследований на 88,6 млн тенге»; «теперь возмещение со стороны фонда за каждый койко-день в отделении анестезиологии, реанимации и интенсивной терапии – около 70 тыс. тенге в день»; «Фонд социального медицинского страхования предусмотрел 7,7 млрд тенге до конца года на финансирование мобильных бригад».

Портрет жителей области содержит упоминания нарушений карантина, игнорирование правил, но, с другой стороны, выделяется волонтерская деятельность граждан, участие гражданских активистов в акциях с призывом носить маски, раздачей бесплатных средств личной защиты, а также факты меценатства со стороны местных предпринимателей по покупке медицинского оборудования, поддержки медработников области: «пандемия сплотила иртышан»; «хорошим подспорьем в питании как для пациентов, так и для медицинского персонала стал кумыс, предоставленный руководителем крестьянского хозяйства»; «местные активисты присоединились к общереспубликанской акции».

Результаты исследования показали, что в целом медиаресурсы двух регионов не давали какую-либо оценку антиковидным мерам. Они представлены в публикациях лишь с позиции их реализации местными государственными органами. В этом и кроется различие между двумя регионами. Если в Атырауской области исполнительная власть на местах была изображена двояко – с одной стороны, это органы, держащие ситуацию под контролем, знающие о проблемах региона в вопросе борьбы с пандемией и решающие их, с другой стороны, ресурс создавал образ неэффективной, несостоятельной власти, неспособной осуществлять качественное руководство регионом в сложной, критической ситуации. Подобное реагирование на деятельность властей объясняется тяжестью положения в регионе, когда в июне и начале июля область лидировала по числу заразившихся по всему Казахстану, что вызывало панику у населения и непонимание алгоритмов действий при чрезвычайном положении, в то время как на брифингах и выступлениях местные органы власти рапортовали о проделанной работе с указанием цифр и сумм, о том, что положение в Атырауской области ничем не отличается от ситуации по всему Казахстану.

Материалы павлодарского медиаресурса особо осветили деятельность акима области, показав его с наилучшего ракурса – как знающего руководителя, контролирующего ситуацию, структуры и институты, реализующего антиковидные меры в регионе. Это, возможно, объясняется тем, что все публикации этого информационного портала по теме являлись сугубо информационными и создавались на основе официальных пресс-релизов, сообщений пресс-служб акимата области,

государственных органов на местах. Здесь стоит отметить, что и ситуация в области по сравнению с Атырауской областью не была столь критична.⁷

Еще один фактор, влияющий на превалировании информационных материалов (и, таким образом, использование, перепечатка пресс-релизов, итогов брифингов, сообщений пресс-служб), – низкая доступность информации со стороны государственных органов. Исследование потребностей медиасообщества, проведенного в 2019 г. представительством международной организации Internews Network в Казахстане, показало, что одним из основных барьеров развития казахстанских СМИ является отсутствие доступа к информации либо номинальный характер открытости государственных органов (Потребности медиасообщества Казахстана, 2019).

Однако, с другой стороны, различия в оценке деятельности государственных органов могут быть продиктованы ангажированностью медиаресурса и его участием в государственном информационном заказе. Хотя информационный заказ нацелен на поддержание медиасферы Казахстана, на практике этот институт поддержки приводит к снижению конкуренции в медиасреде, иждивенчеству со стороны СМИ, ухудшению качества публикуемых материалов, а также зависимости от заказчика, что приводит к публикации необъективных материалов. К примеру, ТОО «Ертіс-Медиа»,⁸ в состав которого входит информационный портал PavlodarNews, является поставщиком услуг в рамках государственного информационного заказа Павлодарской области, что могло сказаться на публикациях СМИ, входящих в этот медиахолдинг.

Информационный портал «Ак Жайык», наоборот, известен некой оппозиционностью по отношению к государственной власти, что и отражается на его популярности и читаемости не только в рамках Атырауской области, но по всему Казахстану. Об этом также свидетельствуют достаточно высокие позиции медиаресурса в рейтингах казахстанских сайтов. Его рейтинг – один из лучших среди региональных медиа Казахстана.

Таким образом, в региональных медиа превалируют информационные материалы об антиковидных мерах и ходе их реализации на местах. Оценочные, обзорные статьи за исследуемый период были опубликованы лишь на информационном портале атырауского ресурса. Стоит отметить, что информационные материалы основываются на официальной информации от местных органов власти, что сказало на ракурсе освещения темы и формировании рамок.

В целом исследование не обнаружило существенную разницу между региональными медиа в подаче антиковидных мер; оценка если и давалась, то в большей степени по направлению их исполнения местными властями. Здесь стоит отметить, что атырауский медиаресурс в качестве недоработок выделял невнятность изложения мер и предписаний, что вызывало много вопросов и нареканий со стороны населения региона.

7 В рамках этой статьи берутся лишь данные по количеству заразившихся COVID-19. Однако в данный период в Казахстане также наблюдался всплеск заражения атипичной пневмонией.

8 Информацию о ТОО «Ертіс-Медиа» в качестве поставщика услуг можно найти по следующей ссылке на сайт государственных закупок: https://www.goszakup.gov.kz/ru/registry/show_supplier/22974. Дата последнего просмотра: 13 октября 2020 г.

Различия в освещении проблем борьбы с пандемией четко наблюдаются в вопросе описания акторов данной борьбы, а именно местных исполнительных органов. Если «Ак Жайык» акцентировал внимание на несостоятельности и низкой эффективности всей системы региональных государственных исполнительных органов, то PavlodarNews, наоборот, в лице акима области выделял его позицию сильного руководителя, держащего ситуацию под контролем, решающего проблемы: это, возможно, объясняется тем, что все публикации ресурса за июль 2020 г. создавались на основе официальной информации государственных органов. Подобное различие может быть объяснено разными эпидемическими ситуациями в областях в данный период, низкой открытостью местных государственных органов и недостаточной доступностью информации, а также ангажированностью СМИ.

Список использованной литературы

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

СВАДЕБНЫЕ ТОРЖЕСТВА КАЗАХСКОГО НАРОДА В ПЕРИОД COVID-19 И ИХ ОСВЕЩЕНИЕ В КАЗАХСТАНСКИХ СМИ

Динара Абилденова

Весна в Казахстане обычно ассоциируется с чередой свадеб после долгой и холодной зимы. Места в ресторанах бронируются на один-два месяца вперед, желающих провести свадьбу именно 22 марта⁹ (праздничный день в Казахстане) очень много. Но, как мы знаем, у 2020 года были свои планы. Далеко не все смогли в марте многолюдно и с размахом провести свадебные торжества, как это сделали отпраздновавшие до 16 марта 2020 года. А с 16 марта правительство Казахстана объявило чрезвычайное положение, которое продлилось до 11 мая. А затем карантинный режим затянулся на более поздние сроки. Одно из ограничений, введенных в этот период, коснулось проведения семейных торжеств, видимо, учитывая, что традиционно казахские праздники известны своим размахом и пышностью. В самом начале карантинного режима картина складывалась идеалистичной, одной из первых новостей в казахстанских СМИ было проведение онлайн-свадьбы. По информации местного телеканала Almaty TV, молодая пара, свадьба которой была запланирована на 22 марта, провела онлайн-свадьбу через мессенджер WhatsApp (almaty.tv, 2020). Как было показано в выпуске новостей, пара уже проживала в доме жениха с его родителями, а благословение родителей невесты они получили через мессенджер. Это было позитивное сообщение, но на самом деле люди не последовали этому примеру и продолжали устраивать застолья, несмотря на ограничения, которые вскоре стали преобладающим контентом новостных платформ. Отсюда возникает несколько вопросов: насколько достоверно средства массовой информации могут отражать реальную ситуацию в обществе в период COVID-19 или они сосредотачиваются только на поверхностном отражении событий, не пытаясь глубже вникнуть в проблему и объяснить причины такой модели поведения?

В статье, исходя из вышеупомянутых вопросов (1), сделан анализ того, как свадебные торжества, проведенные во время карантинного периода, освещались в медиа, во-вторых (2), были сделаны попытки проанализировать взаимодействие аудитории со СМИ и социальными сетями и ее реакцию, фокусируясь, в частности, на транслируемом и распространяемом контенте о свадебных торжествах во время карантина. И наконец, (3) в этой работе предпринята попытка объективно рассказать об акторах, которые стали частью новостей (контента) о нарушении норм карантина.

Прежде чем перейти к рассмотрению предметных исследований, нам необходимо пояснить три основных элемента, на которых построено

⁹ 22 марта в Казахстане отмечают Наурыз, казахский Новый год.

данное исследование. Это COVID-19, медиа и свадебные торжества. Прежде всего надо сказать, что в данном исследовании COVID-19 является связующим звеном, тематически объединяющим медиа и свадебные застолья, но объектом изучения статьи не является исключительно данный концепт. Во-вторых, концепция медиа уже была представлена во введении к этому сборнику, и здесь я просто добавлю несколько слов об антропологическом подходе к ее изучению. Наконец, свадебные застолья, как антропологическая концепция, будут представлены в последней части этой статьи после некоторых уточнений относительно медиа и их контента, связанного с брачными торжествами.



Рис. 1.1

Во время работы над статьей автор придерживалась подхода, предложенного Миллером, который вместе с десятью другими антропологами опубликовал серию книг о социальных сетях и социальной среде в разных странах (Ed. Miller, 2020). Так, в одной из книг, которую Миллер публикует под названием «Социальные сети в английской деревне», он пишет о важности акцентировать внимание на содержании социальных сетей, что он объясняет следующим образом:

Платформы – это просто средства перемещения социальных сетей. Чтобы понять социальные сети, нам нужно сосредоточиться на контенте, который часто мигрирует и легко переключается между совершенно разными платформами почти независимо от их свойств (2016: 1).

На самом деле мы можем применить этот подход в более широком смысле – ко всем медиаплатформам, так как новостью, появившейся на новостной интернет-платформе, можно всего за несколько секунд поделиться в социальных сетях. Таким образом, мною сделана попытка исследовать контент социальных сетей и общественных вещательных СМИ, таких как местные новостные интернет-платформы и телевидение. Под контентом в рамках данного проекта в основном понимаются новости в общественных и социальных медиа о свадебных торжествах, проводимых во время карантина.

Освещение свадебных торжеств в местных СМИ

Исследование было начато с построения образа идеальной церемонии бракосочетания, проведенной во время пандемии, которая транслировалась по одному местному телеканалу. Идеальной церемонией бракосочетания в контексте COVID-19 для государства и в целом для общества, если говорить о мерах безопасности, было бы торжество с минимальным количеством участников, как в представленном выше случае. Но этот пример был одной из самых редких позитивных новостей, поскольку позже преобладающий контент как в социальных сетях, так и в общественных медиа содержал информацию в основном о нарушении ограничений карантинного режима, связанного с проведением свадебных церемоний и последующими санкциями.

Это обнаруживается из негативного посыла уже в заголовке такой новости, как «Церемония бракосочетания во время карантина» (Nege media, 2020), в то время как на другом новостном портале было дано сравнение идеальной (в свете карантинных ограничительных мер) церемонии бракосочетания, в которой участвовали только брачующиеся в масках, и она контрастирует со свадебным торжеством, проходившем в разбитой во дворе палатке, на которое приглашены более 100 гостей. Эта новость заканчивается предупреждающим сообщением о том, что за нарушения норм карантинного режима будут применены санкции, а если цитировать напрямую, то: «За проведение свадебного мероприятия вас могут арестовать» (Tengrinews, 2020). Предупреждающие фразы на новостной ленте, такие как «оштрафовали за проведение свадьбы» (sputnik.kz, 2020), «арестован за проведение свадьбы» (tengrinews.kz, 2020), нередко использовались в контенте различных медиаплатформ, и такие новости довольно часто пересылались по группам социальных сетей, пользователи делились ими в Instagram.

Более того, можно сказать, что подобные сообщения формируют у аудитории представления о культурных обычаях как о причине, способствующей распространению вирусов. Один из таких примеров – новость о женщине из Северного Казахстана, которая участвовала в церемонии сватовства в Алматы и Шу и умерла из-за вируса COVID-19 (holanews.kz, 2020). Эта новость была опубликована на сайте holanews.kz, и что интересно, издание ссылалось на то, что об этом сообщил пресс-секретарь акимата Алматинской области. В других случаях сотрудники полиции сами публиковали на своих веб-сайтах новости о штрафах, арестах или пресечении попыток проведения празднеств (polisia.kz, 2020).

Анализируя весь тематический контент о бракосочетаниях во время COVID-19, мы можем сказать, что правительство и СМИ пытались

обвинить население в распространении вируса, а также в росте количества инфицированных. Здесь речь идет о правительстве, потому что некоторые из медиаплатформ ссылались на отчеты, выступления представителей правительства или наоборот: последние повторяли в своих выступлениях сообщения, появившиеся до этого в СМИ. Следовательно, можно предположить, что во время продолжающейся пандемии коронавируса как общественные медиа, так и социальные сети используются в качестве инструмента правительственной пропаганды. Однако власти потерпели неудачу в своих попытках призвать людей к празднованию свадеб посредством интернета или вообще не проводить никаких торжеств. Позже они изменили эту стратегию на противоположную, например, демонстрацию примеров санкционирования таких практик на общем обозрении – в медиа, а также для наглядности задействовали сайт местной полиции, чтобы предупредить население о запрете проведения собраний.

Свадьбы знаменитостей

Еще одно интересное наблюдение связано со взаимодействием населения с медиа. Оно обычно имеет место в социальных сетях, таких как Instagram или Facebook. Занимательно то, что пользователи Instagram пытались контролировать брачные празднества других людей, особенно публичных, к примеру, известных певцов. Например, в Instagram были распространены фото и видео со свадьбы сестры известного певца Торегали Тореали. В комментариях к постам о свадьбах знаменитостей люди выражали свое возмущение: «Мы даже не можем проводить похороны, пока эти люди празднуют свадьбы» (nur.kz, stan.kz, tengrinews.kz, @juldyzdar_alemi и др.).

Похожая история повторилась с бракосочетанием Али Окапова и Акерке Буркитбаевой. Вначале пользователи заметили единственную фотографию с брачного застолья у невесты в городе Атырау, на этом фото были запечатлены только молодые и мать. По одному единственному фото трудно было определить, как проходило прощальное застолье во время сватовства невесты. Правда, ранее на публичных площадках Instagram появлялись профессиональные фотографии с основной свадьбы, на которых пара была в свадебных нарядах, и видно, что они находятся внутри ресторана (@todaykz_news).

В обоих случаях последовала немедленная реакция полицейских, а также представителей местной администрации. Например, 24 августа был опубликован (@todaykz_news) ответ официального представителя Минздрава Б. Кожакметова на вопрос журналистов, будут ли наказаны организаторы этих свадеб.

Этот вопрос находится на личном контроле главы Минздрава. Только сегодня он позвонил главному врачу Алматы Бекшину, и сейчас вместе с сотрудниками ГУВД ведется расследование, которое попытается выяснить, кто был участниками мероприятия, а также место проведения, действительно ли событие произошло во время карантина и какие санитарные нормы были нарушены (для определения наказания) согласно Кодексу об административных правонарушениях (цитируется согласно todaykz_news).

А позже, 29 августа, в Instagram-аккаунте @shymkent_news_ был

опубликован ответ представителей Департамента контроля качества и безопасности товаров и услуг на вопрос о свадьбе сестры Тореали. Сообщается, что церемония бракосочетания прошла на открытом воздухе без нарушения санитарных норм. Они также добавили, что подозреваемые владельцы ресторанов отрицали, что видео и фотографии свадьбы были сделаны в их ресторане, а сам Тореали улетел в другой город.

Затем, 9 сентября, был опубликован еще один пост на одном из новостных аккаунтов Instagram, в котором со ссылкой на отчет Департамента контроля качества и безопасности товаров и услуг Атырауской области было сказано, что организаторы проводов невесты по делу Буркитбаевой и Окапова были оштрафованы на сумму 41 тыс. тенге (сообщение @juldzydar_alemi 04.09.2020).

Несмотря на все эти разъяснения, негативные комментарии со стороны населения продолжались. Всплывали такие высказывания: «для знаменитостей уплата штрафов ничего не стоит», «получается, что можно заплатить 41 тысячу тенге и провести свадьбу», «для богатых нет закона» и так далее. Все это возмущение можно объяснить тем, что большинству людей приходилось откладывать празднование своих событий, поскольку скрытое проведение торжеств было довольно рискованным делом как перед лицом продолжающейся пандемии, так и в условиях правовых ограничений.

Примеры из жизни

Во время поиска материала для данной статьи мне удалось найти несколько человек, которые согласились дать интервью о проведенных ими свадебных торжествах во время карантина. Конечно же, эти торжества перечили официальным ограничениям. Все имена здесь вымышленные, и я не буду уточнять, из какого они региона, это сделано с целью сохранить анонимность всех материалов исследования.

Сначала мы устроили юбилей моего тестя. Это было время, когда никто из нас не верил, что коронавирус существует. Мы пригласили всех наших родственников, даже тех, кто жил в других регионах. Но потом, после этого события, мы все один за другим заболели. Свекровь и свекор даже пролежали какое-то время в больнице. Молодым было легче, но мы потеряли некоторых наших пожилых родственников, которые тоже участвовали в праздновании нашего дня рождения. Когда я болела, женился мой младший брат, и я не смогла присоединиться к торжеству, которое проводилось у моих родителей. Поскольку все мы (мои родственники и муж) болели, мы боялись заразить моих родителей. Я очень хотела пойти на свадьбу единственного брата, но лежала дома. Я попросила их прислать мне фотографии. Но из-за страха перед санкциями они не разрешали гостям фотографировать. (Сауле, 29 лет)

Во-первых, этот случай хорошо иллюстрирует, что люди вначале не верили в существование коронавируса. По этой причине они продолжали организовывать семейные мероприятия и участвовать в них. Но позже многие поняли всю серьезность ситуации: кому-то из них это стоило жизни близких людей. Только после этого им пришлось принять ограничения. Еще один момент, на который стоит обратить внимание в этой истории:

родители Сауле все же устроили свадебное торжество для своего сына несмотря на то, что старшая дочь заболела. Одним из объяснений такого поведения может стать то, что младший брат Сауле – единственный сын. А для казахов брак единственного сына¹⁰ усиливает давление традиций и вынуждает их провести свадьбу как подобает. Давление не обязательно исходит от других, для казахов это в целом стало социальной нормой, и люди действительно чувствуют себя обязанными следовать ей без какого-либо внешнего вмешательства.

Во-вторых, благодаря этому случаю, мы видим пример взаимодействия людей с медиа. Люди во время COVID-19 проявляют осторожность, когда дело доходит до фотографирования или видеосъемки их торжества, поскольку они знают, как такая информация может распространяться в социальных сетях и что им придется столкнуться с последствиями, такими как уплата штрафа за нарушение формальных правил. Об этом они узнали из новостей и социальных сетей, особенно из сообщений о знаменитостях. Это подтверждает также и другой пример.

Я и наши гости танцевали у нас во дворе. Внезапно я заметила, что дочь наших ближайших соседей делает фото или видео на свой мобильный телефон из своего двора. Я пристально смотрела на нее, пока она не положила свой мобильный телефон. Я очень боялась, что она поделится этим в интернете. (Лейла, 25 лет)

В данном случае это была церемония проводов сестры Лейлы, которую они тайно провели у себя во дворе во время карантина. Здесь мы снова сталкиваемся с тем, что организаторы пытались не допустить распространения информации о своем мероприятии в медиа.

Можно привести примеры перемещения контента из одной из социальных сетей на платформу общественных СМИ. 18 июля 2020 года пользователь Facebook Айдын Рахимбаев написал на своей странице сообщение под названием «Желание казахов не упасть лицом в грязь стало причиной заражения COVID более 1,5 миллиона человек в стране». Днем позже этот пост скопировали несколько пользователей Instagram (@tsentrtsyklona, 2020), а также средства массовой информации, такие как ratel.kz (ratel.kz, 2020) и другие (baigenews.kz, 2020; liter.kz, 2020).

Что касается содержания этого поста, необходимо отметить, что оно является немного преувеличенным, и причина поведения людей, организующих торжества во время ограничительных мер, не обязательно связана с концепцией стыда в локальном понимании. Предпосылкой к проведению не всех свадебных торжеств послужило мнение близких и знакомых о постыдности замалчивания такого важного для семьи мероприятия, а именно желание следовать канонам процедуры традиционного узаконивания брака. Люди следовали установленным социальным нормам, в которых есть своя рациональность, тогда как нормы, введенные чиновниками вначале, больше походили на предупреждение о несуществующем, искусственно созданном вирусе. О настоящих мотивах людей, проводящих празднества, будет подробно рассказано в следующем разделе этой статьи.

Помимо вышеупомянутой публикации в Facebook, в целом в казахстанских медиа была распространена критика свадебных застолий

¹⁰ То же самое, если в семье это единственная дочь.

в отношении их масштаба и стоимости, а теперь, в период COVID-19, эти праздники осуждаются с точки зрения распространения вируса. Просматривая новостные сообщения, мы не обнаруживаем объяснения того, почему люди все еще проводят торжества, несмотря на ограничения. Это подводит нас к последнему пункту данной статьи, в котором дано аргументированное объяснение проведения свадебных торжеств во время карантина.

Почему люди до сих пор проводят свадебные торжества?

Можно утверждать, что основная причина непрекращающихся свадебных застолий, несмотря на ограничительные меры во период пандемии COVID-19, заключается в значении этих церемоний для казахов. На данный момент у казахов есть три способа узаконить союз двух людей. Это гражданская и религиозная регистрации, а также традиционное бракосочетание. Основываясь на моем исследовании, проведенном с 2014 по 2018 год, стоит отметить, что последний способ заключения брака является наиболее важным для значительной части казахов. Это связано с тем, что брак для казахов – это не просто союз двух людей, желающих создать семью, это, скорее, считается союзом двух семей. И такой союз узаконивается проведением обряда *кудалык*, что можно перевести как церемония сватовства, а если быть точнее – афинальная встреча.

Но значение обряда *кудалык* также претерпело изменения. В прежние времена, в основном до Советского Союза, среди казахов использовался термин *құда түсер* (прибытие аффинала) (Kislyakov, 1969). В то время браки заключались посредством сватовства, и решение о том, кто на ком женится, за своих детей принимали в основном родители. В настоящее время употребление термина «кудалык» несколько изменилось, да и сама нынешняя практика не соответствует более ранней традиции. В настоящее время решение о браке принимается преимущественно самими супругами, а не их родителями, хотя встреча родственников по-прежнему играет роль узаконивания союза двух семей, а также принятия союза супружеской пары. Пара будет считаться состоящей в браке уже после проведения этих традиционных встреч. Что касается двух других форм бракосочетания, регистрация акта гражданского состояния является формальностью, а проводить или не проводить религиозный обряд – зависит от самих супругов, родители не очень озабочены этим вопросом.

Исходя из основной функции традиционного брака, мы можем сделать вывод, что церемония *кудалык* играет важную роль для казахов, по этой причине вступление в брак во время ограничительных мер по противодействию COVID-19 только путем регистрации актов гражданского состояния или проведения обряда *никах* (религиозной регистрации) не означало бы для казахов, что бракосочетание состоялось. Более того, все приглашенные гости становятся свидетелями союза двух семей, но ни в гражданских, ни в религиозных нормах нет правил, которые могли бы узаконить союз двух семей.

Кроме того, это не первый случай формального ограничения или запрета проведения традиционных церемоний бракосочетания среди казахов, в советский период был введен запрет на проведение пышных церемоний и даже на получение брачных выплат (Massel, 1974, цит. у Werner, 2009). В то же время, по словам очевидцев, люди скрывали

практику проведения обрядов сватовства и торжеств бракосочетания. Был период, когда свадеб проводилось не так много (в 60–70-е годы), но уже ближе к 80-м, по свидетельству моих информантов, можно сказать, что *кудалык* стал играть важную роль, с той лишь разницей, что вместо термина «кудалык» использовалась фраза «приносить седельную сумку» (*қоржын әкелу*), которая также использовалась для выкупа приданого невесты. Следует сказать, что сделано это было с умыслом, чтобы скрыть запретную практику.

Более того, Казахстан не единственная страна, где имело место нарушение формальных правил касательно празднеств; в других странах Центральной Азии, таких как Узбекистан и Таджикистан, правительство ввело определенные ограничения на расходы и размер празднования. Но в этих случаях причиной ограничений было намерение правительства сократить чрезмерные траты. Но и там наблюдалось нарушение запрета (Trevisani, 2016; Cleuziou, 2019).

В нашей стране в сообщениях новостных лент о проведении брачных церемоний преобладали упоминания о свадебных или сватовских застольях. Не так много рассказывается о проходах невесты, хотя до пандемии они были обязательным компонентом казахских церемоний бракосочетания. Несмотря на то, что некоторые люди склонны обвинять казахов в нерациональности при проведении щедрых застолий, можно уверенно утверждать, что во время пандемии люди пропускали большинство традиционных застолий. Среди таковых обряд проходов невесты. Вместо него проводили *кудалык* (сватовство) с небольшим представительством со стороны невесты либо пара заключала брак путем похищения невесты по обоюдному согласию.¹¹ Данный вариант был удобен для обеих сторон (невесты и жениха), чтобы сэкономить на брачных расходах. Это подтверждает мнение автора о том, что люди вели себя рационально, просто вопрос состоит в том, что является рациональным, а что нет. А рациональность заключается не только в экономии денег, но и в поддержании взаимоотношений в социуме, которые могут быть полезны в будущем.

Более того, родственники со стороны жениха не проводили пышное свадебное пиршество, а ограничивались церемонией снятия чадры (*беташар*). И они были готовы соблюдать санитарные нормы, пригласив не более 50 гостей, так как, судя по материалам исследования, устроители праздников ограничивали количество гостей и не приглашали дальних родственников, друзей и коллег. Позже, правда, некоторые из неприглашенных обижались. На самом деле контролировать точное количество участников мероприятия тоже сложно. Кроме того, встречались и такие случаи, когда организаторам свадебных торжеств приходилось делить гостей и приглашать их к застолью в разные дни, объявив при этом, что это не свадебный банкет, а лишь проведение обряда снятия чадры с невесты (*беташар*). Например, один из участников опроса, который проводился во время исследования, женил своего сына летом 2020 года: он пригласил на торжество ограниченное количество гостей, разделив празднование на несколько дней.

¹¹ Автор подчеркивает, что похищение невесты происходит по обоюдному согласию, поскольку в регионе, где было проведено исследование, похищение невест без согласия больше не практикуется и не рассматривается как возможный способ заключения брака. Более подробное описание данного обряда можно найти в тексте докторской диссертации автора.

Заключение

В заключение хотелось бы резюмировать материалы исследования, которые были получены в результате изучения контента средств массовой информации и социальных сетей, опубликованного во время продолжающейся пандемии. Во-первых, мы можем увидеть корреляцию между тем, что публикуют медиа, и тем, что государство пытается донести до организаторов свадебных торжеств, проводимых во время действия ограничительных мер по распространению COVID-19: обе стороны, во-первых, обвиняют этих людей в распространении вируса, а во-вторых, медиа-площадки используются как правительственный инструмент для предупреждения населения о санкциях за нарушение ограничений.

На следующем этапе исследования было изучено взаимодействие людей с социальными сетями. Пользователи демонстрировали попытки контролировать поведение как друг друга, так и общественных деятелей, когда дело доходило до проведения свадебных торжеств. В конце статьи были приведены некоторые примеры из жизни, дано объяснение, почему для людей было и сейчас является важным проводить свадебные торжества. Хотелось бы еще раз сказать, что нужно постараться понять значение казахского обряда бракосочетания для местных жителей, вместо того чтобы осуждать их за проведение свадебных торжеств. Это дало бы общую картину существующих социальных норм, которым люди следуют в организации своей повседневной жизни.

Список использованной литературы

1. polisia.kz: <https://polisia.kz/gyzyna-uzatu-ujymdastyrghan-akege-ajyppul-salyndy/> (30 March 2020 r.). October 2020 r.
3. holanews.kz: [https://holanews.kz/news/49587/\(27 March 2020 r.\)](https://holanews.kz/news/49587/(27%20March%2020%20r.))
4. sputnik.kz: https://sputnik.kz/regions/20200331/13455478/gyzylorda-oblysy-ayyppul.html?_ga=2.222045592.1203258672.1602962291-1608053897.1602962291 (31 March 2020 r.)
6. tengrinews.kz: <https://tengrinews.kz/story/maska-onlayn-toy-ayyippul-kazakstandiyktar-totenshe-jagday-395447/> (20 March 2020 r.)
7. almaty.tv: <https://almaty.tv/news/proisshestviya/2018-karantin-dgastar-uylenu-toyyn-onlayn-otkize-bastady> (24 March 2020 r., October 2020 r.)
8. ratel.kz: https://ratel.kz/outlook/kazahskij_jat_stal_prichinoj_zabolevanija_covid_bolee_15 mln_chelovek_v_strane (19 July 2020 r.)
9. baigenews.kz: https://baigenews.kz/news/kazahskiy_-at_stal_prichinoj_vspyshki_koronavirusa_-_rakhimbaev/ (20 July 2020 r.)
10. liter.kz: <https://liter.kz/kazahskij-yyat-stal-prichinoj-vspyshki-koronavirusa-ajdyn-rahimbaev/> (20 July 2020 r.)
12. @tsentrtsiklona: https://www.instagram.com/p/CC4-aNtJ2sB/?utm_source=ig_web_copy_link (July 2020 r.)
14. Nege media: https://www.nege.kz/news/economy/karantindegi_toi_20200720175827 (20 July 2020 r.)
16. Tengrinews: <https://tengrinews.kz/story/maska-onlayn-toy-ayyippul-kazakstandiyktar-totenshe-jagday-395447/> (20 March 2020 r.)
17. Cleuziou, J. (2019). Traditionalization, or the making of a reputation: women, weddings and expenditure in Tajikistan . Central Asian Survey, DOI: 10.1080/02634937.2019.1617247., 346-362
18. Ed. Miller, D. (22 October 2020 r.). Why we post. UCLpress: <https://www.uclpress.co.uk/collections/series-why-we-post>
19. Kislyakov, N. (1969). Ocherki po istorii sem'i i braka u narodov Srednei Asii i Kazakhstana. Leningrad: Nauka
20. Miller, D. (2016). Welcome to the Glades. In D. Miller, Social Media in an English village (pp. 1-18). London: UCL Press
21. Schroeder, R. (2018). Media systems, digital media and politics. B R. Schroeder, Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization (стр. 28-59). London: UCL press
22. Trevisani, T. (2016). Modern Weddings in Uzbekistan: from 'above' and 'below'. Central Asian Survey, 35(1), 61-75
23. Werner, C. (2009). Bride Abduction in Post-Soviet Central Asia: Marking a Shift Towards Patriarchy through Local Discourses of Shame and Tradition. The Journal of the Royal Anthropological Institute, 15(2), 314-331

ЛИНГВОПРАГМАТИКА ОТРАЖЕНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 В КАЗАХСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ

Майра Жолшаева & Айман Жанабекова

Введение

Одна из основных задач средств массовой информации (СМИ) отбирать, анализировать и сортировать происходящие в обществе события и факты, а готовую продукцию – медиатекст – своевременно предлагать широким массам, информируя их. Багдан Момынова указывает и на такие свойственные СМИ функции, как: «комментаторско-оценочная; просветительско-познавательная – способствующая повышению эрудиции и квалификации приемщика; расширение мировоззрения членов общества; функция по использованию эффективных методов для обеспечения позитивного эффекта при передаче информации» (2003: 4). Данные функции рассматривают медиатекст с точки зрения адресанта (автор) и адресата (читатель), и определяются обстоятельствами, которые складываются во время их взаимодействия между собой. Это означает, что медиатекст необходимо рассматривать с позиции лингвистической прагматики.

Изучение языка периодической печати, в том числе языка казахоязычных газет, берет свое начало в трудах Бабаша (Бабанияза) Абилкасымова. В монографии «Язык первых казахских газет» анализируются системы фонетики и орфографии, лексики; грамматические особенности газетных материалов, опубликованные с 1870 по 1883 год в «Түркістан уәлаятының газеті» («Газета Туркестанского края»), и с 1888 по 1902 год в «Дала уәлаятының газеті» («Газета Степного края») (Абилкасымов, 1971). Изучению лексики языка казахской периодической печати разных периодов были посвящены несколько научных трудов. К примеру, исследовались процессы словообразования, употребление архаизмов и заимствованных слов в газетной лексике, причины возрождения древних языковых форм и синтаксическая структура языка газеты (Исаев, 1983), использование неологизмов в изданиях, напечатанных в 1970–1990 гг. (Алдашева, 1991) и пласт общественно-политической лексики в газете «Қазақ» (Момынова, 1998). СМИ вносят серьезный вклад в развитие письменного языка, в обогащение его лексического состава. И то, что язык СМИ, в первую очередь его лексико-грамматический строй, стал предметом специальных исследований, – явление закономерное.

В соответствии с антропоцентрической парадигмой научного исследования медиатекст сегодня рассматривается с позиции прагматизма. Прагматическое направление, берущее начало в теории знаков Чарльза Морриса, зиждется на исследовании отношений между знаком и его пользователем (1983: 62).

Прагмалингвистика – дисциплина, которая рассматривает «язык не в себе и не для себя», а как средство, используемое человеком в его практической деятельности. Сегодня прагмалингвистика все больше приобретает форму межпредметной дисциплины, в которой сведены воедино все лингвистические, многие логико-философские, социологические, психологические, этнографические направления (Маслова, 2014: 29).

Слово «прагматика» на греческом языке означает дело, действие. Появившись в последнем десятилетии XIX века как философское учение, прагматизм отличается тем, что придает особое значение цели. Уделяется большое внимание внедрению цели в сознание человека, реализации продуманных поступков через определенные действия, ведущие к достижению результата, обретению уверенности. Понятие прагматики в лингвистике совпадает по значению с обозначенным нами значением слова «прагматика».

Зауреш Ерназарова свое суждение о прагмалингвистике дает в следующей форме: «Прагмалингвистика – это раздел языкознания, который исследует основную функцию языка, функцию общения, руководствуясь отношением между говорящим и языковым знаком» (2001:34).

Общение и говорение – неотъемлемая часть прагматики. В основе прагматического говорения лежат намерения людей с помощью языка повлиять друг на друга, побудить к действию. Эти побуждения рождаются из целей участвующих в общении коммуникантов. Стало быть, желание говорить рождает цель говорящего. В общем, прагматика в любом разговоре пытается выяснить, с какой целью высказываются эти находящиеся в конкретной ситуации люди (Тяжина, 2006: 57). Выходит, назначение прагматики – объяснить языковое общение, нацеленное на прямое воздействие на конкретного адресата.

Функция лингвистической прагматики неоднозначна. Сюда входят все предметы обсуждения, вытекающие из личной взаимосвязи между говорящим субъектом и адресатом (Қалиев, 2005: 253).

Прагматика в языковой коммуникации, выстраивая закономерность, направленную на адресата, регулирует ее. В этой связи Николай Алефиренко, говоря о том, что дисциплина и объект коммуникативно-прагматической лингвистики исследуют прагматическое свойство языковых единиц, отмечает, что оно относительно субъекта говорения, адресата и их стремления строить отношения друг с другом, а также обстоятельства этих отношений рассматривается в нескольких аспектах (2005: 221).

Прагматический аспект языка также связан с тем, как понято выступающим или слушающим сказанное и услышанное. Понятия «интерпретация» и «понимание» подводят к решению новых вопросов, связанных с использованием языкового знака и его прагматическим аспектом, таких как дискурс, пресуппозиция, скрытый смысл и подтекст (Ерназарова, 2001: 13).

В трудах о прагматике казахского медиатекста есть исследовательские работы, в которых язык СМИ рассматривается в единстве с человеческим фактором (Жаксыбаева, 2000; Ихсанғалиева, 2000; Кенжеқанова, 2015; Сейдалиева, 2017; Есенова & Дюсембина, 2020). Исследованием такого плана стал труд «Медиалингвистика: прагматический аспект изучения

языка периодической печати», в нем, помимо подробного обсуждения таких вопросов, как категория субъекта в медиатексте и прагматическое своеобразие казахского медиатекста, изучается, как адресант использует медиатекст в донесении своей прагматической установки; в результате этого исследования была дана оценка современному состоянию казахского языка с точки зрения лингвопрагматики (Есенова, 2015).

Медиатекст, взятый для исследования с прагматической точки зрения, определен как материальное воплощение информационного пространства, сосредоточенного вокруг фактора коммуникативной личности, а функции языковых и неязыковых средств письменного текста рассмотрены как способы передачи целей, интересов и прагматической интенции субъектов-пользователей (Есенова, 2007: 5).

Цель данной статьи – лингвопрагматический анализ отражения пандемии COVID-19 в казахском медиатексте. Здесь фактор адресанта – это цель адресанта, его интенция, тактика речи, оценка, воздействие на адресата, побуждение к действию; фактор адресата – это прием информации адресатом, его взгляд, отношение, эмоциональное состояние, реакция; фактор обстоятельства – это обстоятельства, сложившиеся во время общения участников коммуникации между собой; рассмотрение таких вопросов, как выбор формы коммуникации и влияние на подбор тематики.

Потрясая весь мир пандемия COVID-19 стала ведущей темой в средствах массовой информации, а СМИ – основным способом своевременного информирования населения об эпидемии. Эта тема захватывает газетные полосы, главной их задачей стало информировать о регионах, где распространена эпидемия; дать всю статистику касательно болезни; рассказать о симптомах заражения и методах профилактики; сообщить людям о поддержке со стороны государства; в разгар пандемии пресекать панику; призывать людей к сохранению выдержки и совместному противодействию против пандемии. Сообщения о пандемии в медиатекстах зачастую отражали и возникшие в обществе социальные, экономические, политические, духовные проблемы. Учитывая это обстоятельство, можно утверждать, что впервые исследуемый лингвопрагматический аспект пандемии COVID-19 в казахском медиатексте является одной из самых актуальных тем.

Материалы и метод

Цель исследования – прагматика отражения пандемии COVID-19 в медиатексте, материалы исследования – статьи о пандемии COVID-19, опубликованные в газете «Егемен Қазақстан» в период март–август 2020 года.

В исследовании при изучении текста с содержательно-структурной, коммуникативно-прагматической точек зрения, наряду с общими методами исследования, такими как описание, анализ, сравнение, обобщение, при определении семантических оттенков лексических единиц был использован компонентный анализ, а при выявлении коммуникативно-прагматической функции грамматических форм, синтаксических структур сообщений – традиционные морфологические, синтаксические и функционально-семантические анализы.

Результаты

В прагматике основная категория – это категория субъекта (Степанов, 1981). В исследованиях коммуникативно-прагматичного характера важное значение обретает фактор адресанта относительно категории субъекта, это связано с функцией автора – регулировщика ролевых отношений между адресантом и адресатом, которая осуществляется через газетный текст. Вместе с тем иногда, если преобладает влияние адресата, два субъекта, участвующих в коммуникации, могут выстроить равноправные отношения.

Есть две концепции отражения в газетном тексте образов автора и читателя. Первая – автор, сам определяя субординационное общение, исполняет роль начальника, руководителя, учителя по отношению к адресату; вторая – автор, построив равные отношения с адресатом, пытается добиться доверия, создать благоприятную атмосферу для обеих сторон (Есенова, 2007: 143).

Об адресатах Ирина Кобозева пишет так: «Статус адресата среди участников коммуникативного акта и степень их близости во взаимоотношениях определяет выбор той или иной формы вежливого общения. Это отражается в отобранной ими манере взаимоотношений, в том, в какой форме, в «мягкой» или «жесткой», доводится мысль при информационном обмене, в тембре и громкости голоса при устном общении, в применении специальных маркеров вежливости» (2008: 224). Исходя из этих выводов, при группировке материалов за основу была принята категория субъекта.

Выводы, сделанные в ходе обработки текстов о пандемии COVID-19, опубликованных в газете «Егемен Қазақстан»:

1. Выявлены ролевые взаимоотношения между адресантом и адресатом, которые являются субъектами медиатекстов. Это:

- 1) адресант и адресат – субординационные коммуниканты; 2) адресант и адресат – коммуниканты с солидарным мнением; 3) адресант и адресат – коммуниканты с противоположным мнением; 4) автокоммуникация – автор является как адресантом, так и адресатом.

2. Уточнены стратегические коммуникативные цели адресанта, это:

- 1) поставив цель, предоставить читателю информацию, предложить ее в готовом виде; 2) используя репутацию авторитетной в обществе фигуры, разъяснить народу ситуацию; 3) при обсуждении той или иной информации предложить собственные выводы; 4) убедить адресата в предложенной информации, мысли, выводе, мнении; 5) поддержать мнение другого адресанта; 6) критически оценить мнения другого адресанта или свести на нет его мнение; 7) призвать адресата к порядку и соблюдению санитарных требований; 8) укреплять солидарность, единство граждан.

3. Определена роль адресата:

- 1) быть солидарным с адресантом, поддержать его; 2) благодаря

поддержке адресатом своего или чужого мнения, выступать против мнения адресанта; 3) показать ответную реакцию адресата на мысль автора в виде эмоционально окрашенной оценки.

4. Выявлены прагматические особенности отображения в СМИ каждого периода пандемии COVID-19:

1) рассмотренные материалы были разделены на три группы в хронологическом порядке в зависимости от прагматического свойства, содержания, заголовков медиатекстов, информирующих о степени распространения вируса; 2) представлена прагматика адресанта в той последовательности статей, в которой они выходили согласно каждому периоду.

5. Уточнена прагматика заголовков: из заголовков статей медиатекста в условиях пандемии ясно просматривается направленная от адресанта адресату коммуникативная цель, они знакомят с коронавирусной ситуацией каждого периода.

6. Выявлены языковые особенности медиатекста: языковые единицы, использованные при передаче актуализированной мысли в соответствии с прагматикой адресанта, имеют ряд своих особенностей. В тексте встречающиеся лексические единицы, морфологические формы, синтаксические структуры, стиливое употребление в соответствии с целью используются, чтобы производить впечатление, убеждать, добиваться экспрессии, привлечь читателя, установить связь с адресатом, впечатлить, способствовать интересу читателя и для достижения других целей.

Дискуссия

Ролевое общение между адресантом и адресатом в текстах о пандемии COVID-19 подразделяется на несколько видов, первый из них – субординационные коммуниканты. Так как адресант использует послание, призыв, обращение и во множестве случаев является должностным или титулованным лицом, взаимодействие коммуникантов считается связью, направленной сверху вниз: адресант расположен наверху, адресат – внизу.

Содержательная структура почти всех типов медиатекстов, в которые вставлены выражения субординационных коммуникантов, состоит из ситуации, информации, мероприятия, факта, обязательства и заключения. Например, в газете «Егемен Қазақстан», № 52 (17.03.2020) напечатано Обращение Президента Казахстана Касым-Жомарта Токаева, в № 62 (01.04.2020) напечатано его заявление, а в № 55 (20.03.2020) опубликовано Обращение к народу Казахстана Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы Нусултана Назарбаева, в № 67 (08.04.2020) опубликована статья «Единым сплоченный народ все победит», которую мы попробуем проанализировать.

Во вступлении обычно обрисована всеобщая ситуация: «Весь мир сейчас столкнулся с небывалым ранее вызовом. Эпидемия коронавируса разползается по всему миру» (Тоқаев, 2020b); «...Мы сейчас стоим перед большой опасностью, которую можно по праву назвать «свирепым бураном»» (Назарбаев, 2020a).

В основной части приводятся статистика, факты, представлена информация касательно принимаемых мер и наложенных обязательств.

- статистика и факты: «На сегодня в 177 государствах 800 тыс. человек поражены этим недугом» (Тоқаев, 2020b). «Для поддержки отечественных предпринимателей и открытия новых рабочих мест выделено по меньшей мере 300 миллиардов тенге» (Тоқаев, 2020a).
- меры: «Объявив чрезвычайное положение, мы не дали вирусу широко распространиться в Казахстане. ...Положительно решена и проблема обеспечения безопасности медицинских работников» (Тоқаев, 2020b).
- обязательство: «...В связи с ростом инфляции поручаю провести индексацию пенсий, государственных пособий и адресной социальной помощи на 10 процентов в годовом выражении... Поручаю направить на эти цели дополнительно 100 миллиардов тенге в рамках программы «Экономика простых вещей»» (Тоқаев, 2020b).

При подведении итогов (заключительная часть) звучит призыв к спокойствию, выдержке, солидарности; его лейтмотив – поддержка, ободрение, воодушевление, доброе напутствие: «Все это – временные трудности. Мы обязательно их одолеем!; Не паникуйте! ...Самое главное, давайте проявим терпение, выдержку и ответственность. Мы – народ сильный духом, народ нерушимого единства, неукротимой гордости. Поэтому я выражаю уверенность, что это испытание мы с честью выдержим, а трудности победим! Мы едины!» (Тоқаев, 2020b).

Поскольку адресант является коммуникантом, его коммуникативная цель достигается с помощью модальных средств. Модальность – функционально-семантическая категория, определяющая, насколько высказанное мнение правдиво или каково отношение говорящего к высказываемому мнению (Стариченок, 2008: 315).

Прагматика субординационных коммуникантов в медиатексте, благодаря внедрению в массовое употребление понятий типа объяснение, предостережение, преодоление страха, убеждение, поддержка, доверие, постановка задачи, обязательство, призыв к порядку, пресечение, возложение ответственности, выражение благодарности, поощрение, обращение, призыв к единству, воодушевление становится модальным средством, нацеленным на победу в битве с эпидемией. Все это – модальные средства, которые субординационный коммуникант (адресант) направил адресату, связанному с пандемией COVID-19; они отчетливо показывают коммуникативно-прагматическую цель, коммуникативные стратегии и тактики дискурса. Например:

Объяснение: «Мы стали свидетелями крайне отрицательного влияния коронавируса на глобальную экономику. Казахстан ощущает на себе последствия этого колоссального кризиса» (Тоқаев, 2020a). «...Режим чрезвычайного положения никогда не проходит без экономических и общественных последствий» (Тоқаев, 2020b).

«...Объявление чрезвычайного положения – содержательная и необходимая мера. Ее цель – защита интересов наших граждан и государства» (Назарбаев, 2020a).

Предостережение: «Коронавирус – опасный недуг, ведь входит

он пудами, а выходит золотниками» (Тоқаев, 2020b). «Береженого Бог бережет. Нужно, чтобы каждый человек старался себя сберечь, а вирус не распространялся» (Тоқаев, 2020a).

Преодоление страха, убеждение: «...Мы примем все необходимые меры, чтобы не допустить роста социальной напряженности, безработицы» (Тоқаев, 2020a).

«...Это временные трудности. Мы их обязательно преодолеем! Весь мир борется. Мы тоже прикладываем все силы. Мы, собравшись воедино, как государство и общество, всем своим гражданам окажем поддержку, никого не оставим без помощи. Нуждающимся людям протянем руку помощи. В этом не должно быть никакого сомнения» (Тоқаев, 2020b).

«У нас есть и опыт, и алгоритм конкретных действий» (Назарбаев, 2020a). «...Для этого у нас есть все: финансы, материальные ресурсы, техника, запасы продовольствия. Поэтому нет никаких оснований впадать в смятение и панику» (Назарбаев, 2020b).

Поддержка: «...Считаю, что эти деньги – 42500 тенге – должны получать не только те, кто ранее имел официальную работу и зарплату. Нужно помочь нашим гражданам, которые являлись и являются самозанятыми или работали неофициально. Для субъектов МСБ в наиболее пострадавших секторах экономики на 6 месяцев отменяются начисления и уплата налогов и других платежей из фонда оплаты труда» (Тоқаев, 2020b).

Доверие: «Я верю, все граждане нашей страны окажут содействие полномочным органам. ...В этот сложный период на работников здравоохранения возлагаются большие надежды» (Тоқаев, 2020a). «Верю, что в этой работе также примут участие и волонтеры» (Назарбаев, 2020a).

Постановка задачи: «Гражданам надлежит отказаться от проведения массовых собраний, связанных с семейными и памятным торжествами. ...Средства массовой информации, интернет-ресурсы должны работать, опираясь лишь на официальные сведения» (Тоқаев, 2020a).

Обязательство: «На эту работу необходимо мобилизовать окружные ревизионные комиссии и общественные советы» (Тоқаев, 2020b). «...В соответствии с моим поручением, правительство, акимы всех уровней будут держать этот вопрос на строгом контроле» (Тоқаев, 2020a).

Призыв к порядку: «...Нынешняя схватка побуждает нас следовать крылатым словам легендарного полководца Бауыржана Момышулы: «Дисциплина – основа гражданственности и наука о том, как не попасть в рабство»» (Назарбаев, 2020b).

Пресечение: «Вводятся ограничения на въезд и выезд с территории Республики Казахстан. Уклонение от прохождения медицинского обследования и нарушение карантинного режима будут наказываться. Стоит соблюдать личную гигиену, воздерживаться от посещения мест массового скопления людей» (Тоқаев, 2020a).

Возложение ответственности: «Правительству и Генеральной прокуратуре необходимо вести наблюдение и установить соответствующий контроль... В этот весенний период пристального внимания требуют вопросы сельского хозяйства. Правительство и акимы должны с

особой тщательностью контролировать данную ситуацию. Представители бизнеса должны обеспечить объем производства, придерживаться стабильных цен, обеспечить граждан работой, ответственно исполнять возложенные на них обязанности» (Тоқаев, 2020b).

Выражение благодарности, поощрение: «Благодарю всех казахстанцев за сохранение спокойствия и взаимопонимание. ...Благодарю также сотрудников полиции и представителей Вооруженных сил. ...Наши мужественные доктора достойны более значительной поддержки» (Тоқаев, 2020b).

Обращение, призыв к единству: «Наше единство – залог успешного преодоления сложившихся трудностей. ...Призываю всех граждан страны проявить терпение и поддержать принимаемые государством меры. Пока есть единство – нет высот, которых мы не достигнем. Символом нашего единения является и приближающийся праздник Наурыз» (Назарбаев, 2020a).

«Мы вместе. Не сгибаясь перед трудностями, сбережем наше единство и согласие. Только тогда мы сможем сохранить независимость и быть достойными нашей великой цели «Мәңгілік ел»» (Назарбаев, 2020b).

Воодушевление: «Уверен, что Казахстан преодолет все трудности и мы с честью выйдем на новый этап нашего развития» (Назарбаев, 2020a).

«Мы – единая страна. Я всегда был вместе с народом. И сегодня я вместе с вами... Мы обязательно одолеем эту беду, благодаря мудрости нашего народа, его твердой воле и несокрушимой вере в свои силы, которые всегда приходят на помощь в час суровых испытаний» (Назарбаев, 2020b).

Адресант здесь – субординационный коммуникант, стоящий выше адресата в содержательной структуре текста, а также коммуникант, который находится на одном уровне с народом. Субординационный коммуникант прежде всего поясняет сложившуюся ситуацию, стремится информировать в общих чертах о том, что угрожающая всему миру пандемия не пройдет мимо нашей страны, что государство в любой трудной ситуации находится в тесной связи с народом, оказывает ему поддержку, что у Казахстана, как государства, достаточно социально-экономического потенциала для принятия предупредительных и защитных мер для борьбы с этим бедствием, что, не впадая в панику, сохраняя спокойствие, в условиях установленного карантина необходимо соблюдать строгую дисциплину. Адресант выгодно использовал тактику объяснения, чтобы успокоить людей в этот сложный период.

Как известно, на начальном этапе пандемии население выражало явное недоверие предлагаемой информации. Последствие этого недоверия: народ, не предохраняясь от вируса, продолжал жить как прежде, что послужило причиной массового заражения. В этот критический момент субординационные коммуниканты-адресанты в качестве глав государства призывают народ всячески беречь себя и своих близких.

В такое смутное время надо было быстрее вернуть общество в стабильное состояние, не допустить паники и всеобщего брожения. Отсюда возникает следующая задача – не дать страху овладеть толпой, призвать людей держаться в разумных рамках, сохранять самообладание и спокойствие. Адресант, в соответствии с содержанием текста, поставив

целью убедить адресатов в том, что государство в любом случае выберется из этого кризиса, использует тактику убеждения. И здесь на передний план выдвигаются такие аргументы: «...в истории Казахстана были и более сложные испытания; мы благополучно преодолели их и продолжали дальше работать во благо нашей Родины; государство прилагает огромные усилия в период пандемии; в стране достаточно финансовых средств» (Назарбаев, 2020а).

Чтобы убедить людей, субординационные коммуниканты предназначенную для адресата помощь, оказываемую в настоящее время и планируемую в будущем, представляют в фактах. Вселив таким образом веру в народ, оказывая доверие прежде всего медикам и представителям правоохранительных органов, побуждают дать отпор трудной ситуации. Выразив благодарность за самоотверженную работу, возлагают на них большую ответственность.

Известно, что в трудной ситуации, чтобы сохранить здоровье народа, необходима железная дисциплина. Коммуниканты-руководители в этой связи обязывают соблюдать порядок, то есть исполнять требования карантинного режима; в борьбе с мировой пандемией призывают народ к сплочению и единодушию. Употребив пафосное словосочетание «Мы вместе!», внушают большинству людей: надо сохранять спокойствие, бороться с эпидемией, а адресанту с адресатом входить в роль равноправных коммуникантов.

Если названные в медиатексте коммуникативно-прагматические цели субординационных коммуникантов, с одной стороны, раскрывают служебные позиции адресантов – руководителей, то, с другой стороны, можно сказать, что они дают полную картину языковой ситуации в реальной жизни. Возникает вопрос: как воспринял читатель (адресат) эти обращения и сообщения, в которых содержатся такие прагматические цели адресанта, как разъяснение, убеждение, обращение? В опубликованных статьях, отобранных с этой точки зрения, в ходе дифференциации выявлены три типа адресата: 1) *адресат, поддерживающий прагматику адресанта*; 2) *адресат, выступающий против прагматики адресанта*; 3) *адресат беспристрастный, инертный к прагматике адресанта*.

Адресат, поддерживающий прагматику адресанта. В качестве примера можно привести статью депутата Мажилиса Саутбека Абдрахманова «Наш праздник впереди!» (02.04.2020 г., № 63). Поддерживающая прагматика адресанта статьи нашла наглядное отражение в следующих словах автора:

...Нам нечего сказать Создателю. Но есть слова, которые надо высказать народу. Вчера они были высказаны. Ожидаемые нами слова. Это обращение Главы государства к народу – слова особые в особенное время. Обращение Главы государства мы услышали. Высоту возглавляющего нас мужа в час испытания увидели».

Чтобы осуществить прагматику адресата, поддерживающего прагматику адресанта (субординационных коммуникантов), автор в приведенной выше статье открыто подчеркивает весомость слов Президента, а также повторяет названные в обращении К. Токаева меры, принятые в дни карантина. Наряду с этим адресат прагматику убеждения народа об осуществляемой помощи со стороны государства представляет, используя слова К. Токаева, то есть применяет тактику использования авторитета

личности, например: ««Нам надо помочь предпринимателям, так как они основа нашей экономики», – сказал Токаев».

Народный представитель, адресат (С. Абдрахманов), используя слова, высказанные в обращении адресантом (К. Токаевым), выразил уверенность, что общество сможет одолеть это бедствие:

...Мы все больше убеждаемся, что объявленное после обращения Токаева чрезвычайное положение, с учетом угрозы коронавируса, было введено очень своевременно. Появилась надежда, что массовое распространение вируса можно предупредить. Крепнет вера в то, что мы держим под контролем ситуацию в республике, а главное, и впредь будем ее контролировать. ...Все в нем убеждает, что так оно и будет – и прямая трансляция обращения по телевидению, и недвижно застывшая, уверенная поза К. Токаева, и решительное выражение его лица перед камерой, и четкая, будто вбивая каждое слово, манера говорить. «Главные праздники у нас впереди», – сказал наш Президент. Да сбудутся его слова! Поможем этому!

Адресат (С. Абдрахманов) выступил не только как сочувствующий адресанту (К. Токаеву), но и как призывающий стать активным исполнителем выдвинутых мер.

Еще одна особенность поддерживающего адресата: в статье он выступает не только в роли слушателя, но и адресанта, передающего информацию до третьего адресата (народа). Это связано и с тем, что адресат не простой человек, а избранный народом, оправдывающий народные чаяния выдвигенец (депутат). Автор статьи в роли этого адресанта, ниже цитируя слова Президента, пытается донести их до народа:

Мы должны обратить особое внимание на слова Президента: «Именно сейчас надо оказать поддержку государству». Вирус подвергает испытанию стойкость нашего государства. К примеру, в первую очередь он взялся было за Китай. А Китай достойно вышел из этого испытания. Не снижая темпов борьбы, он в конце концов победил эпидемию. Как победил? ...Прежде всего уникальной государственной традицией, четкостью, ясностью народного сознания, врожденной дисциплиной, осмотрительностью, собранностью, ответственностью одолел он недуг. Народным единством, солидарностью победил. Этот народ внимает мудрому слову, доверяет государству. Вот бы нам тоже показать выдержку, терпение, ответственность, покончить с казахской беспечностью, понять наконец, что Бог береженого бережет, тогда мы тоже смогли бы победить это бедствие.

Следовательно, в последнем тексте автор не только читатель обращения Президента, он превращается в адресанта, призывающего к порядку, осмотрительности, ответственности, единству в борьбе с эпидемией.

Статьи адресатов, выступающих против прагматики субординационного адресанта, обычно не публикуются в исследуемом издании. Поэтому медиатексты, проникнутые негативными эмоциями, встречаются редко. Тексты такого плана в большинстве не направлены напрямую на субординационного коммуниканта, лидеров, руководителей. Они ориентированы на обвинительные высказывания против государственного управления в целом. Например, в статье

Оралхана Даута «Очереди в карантинное время» (07.04.2020 г., № 66) эмоциональный настрой проявился следующим образом:

Если органы управления, с одной стороны, проявляют всю свою бдительность, чтобы люди не кучковались, с другой стороны, вынуждают население в одни и те же часы собираться в одном учреждении, торчать в очереди. «...Сначала говорили, пенсии будут приносить домой. Однако почтальона, доставляющего ее, мы не видели. В СМИ твердят: нельзя собираться на улицах больше трех человек. А здесь что творится? Все здание битком набито. Разве не от такого скопления свирепствует эпидемия? И без того все напуганы тем, что в нашей области число заболевших вирусом людей растет не по дням, а по часам», – сокрушается пожилая женщина.

В тексте автор статьи, используя слова встревоженного человека, который, простояв в очереди, сильно устал, высказывает все наболевшее, стремится показать смятение, отчаяние народа. Дальше это эмоциональное состояние он продолжает развивать, поставив вопросы перед адресатом, который представляется здесь субординационным коммуникантом: «В таком случае куда подевались меры безопасности? Разве такие стихийные очереди не сводят на нет всю государственную работу? ...В наш век, когда бытие определяет сознание, как мы можем сказать народу «не стой в очереди за социальной выплатой», как его держать в подчинении? И разве местная власть, наблюдающая все это, не должна принимать какие-то меры? Почему бы эти пенсии не доставлять домой? Почему бы не поискать других путей для оформления платежных документов и получения новых выплат? Именно по этим вопросам обращались жители Казыгуртского района, города Тараза, Шуского района Жамбылской области. Как бы там ни было, это обстоятельство дает почувствовать, что и местные органы власти, и народ все еще не осознают опасности этой болезни, они беспечны». Автор не ограничивается тем, что доносит до власти народное возмущение, он также делает акцент на том, что народ не осознает всей опасности болезни, часто бесцельно выходя на улицу, нарушает установленный порядок. В статье автор часто переключает свою ролевую позицию между адресатом и адресантом. Порой входит в роль адресата по отношению к субординационным коммуникантам, а также, как автор статьи, входит в роль и адресанта, доносящего свою мысль народу. Надо сказать, подобная смена ролевых взаимоотношений – явление, свойственное газетным текстам, так как газетный текст не является живым дискурсом.

Дискурс – это коммуникативное событие, которое происходит в коммуникативном пространстве и основательно закрепляется в письменном тексте или в устной речи, а также это результат коммуникативных действий, которые интерпретируются реципиентами. Следовательно, дискурс – вербальный плод коммуникативного действия в устном или письменном виде. Так как дискурс в газетных текстах реализуется в письменном виде, уступивших в языковое общение людей не бывает диалогов лицом к лицу. Поэтому такое письменное общение можно считать неодушевленным дискурсом. А дискурс, где имеет место устный разговор и коммуниканты вступают в диалог, мы называем живым дискурсом.

Беспристрастный адресат не выражает прямого противодействия субординационному коммуниканту – адресанту, его словам, мнению, не

реагирует он и на принимаемые меры, и на органы власти. Например, в № 63 (02.04.2020) автор Мухтар Кумисбек в статье «Аульчане все еще беспечны» пишет так:

Перед законом все равны. Требования одинаковы. Правила равнозначны для всех. Невзирая на это, застолье на 30–40 человек никак не может закончиться. А сельские кумушки твердят: «Та зараза к нашему аулу и близко не подойдет». ...А мы эти домыслы сводим к привычке народа пировать по каждому случаю, тогда как в этот момент намного уместнее было бы прислушаться к постановлению правительства. Когда все уляжется, мы еще дождемся поры теплых застолий. Если учесть, что болезнь входит пудами, а выходит золотниками, что тут пировать? В это смутное время, самое лучшее – это не разгуливать и развлекаться, а сидеть под крышей своего дома. Как говорится, палка о двух концах, от ударившей по человечеству болезни, мы все-таки ожидаем хоть чуточку добра.

Автор текста, который выступает как беспристрастный адресат, в статье об эпидемии и связанном с ней кризисе не выражает своего протеста против субординационных коммуникантов, органов управления, или не хвалит чрезмерно их действия, не одобряет открыто их поступков. Сложившуюся ситуацию он воспринимает как одну из многих трудностей, которые встречаются в жизни, верит, что ее можно преодолеть, справиться с ней. Прагматика автора осуществляется через тактику противопоставления фактов, использование вопросительных структур, которые служат методом убеждения.

Второй вид ролевых взаимоотношений между адресатом и адресантом в газетном тексте: **когда адресант и адресат – коммуниканты с единомышленным мнением.**

В тексте, где адресант и адресат равны и солидарны, дистанция не соблюдается, автор входит в образ народного представителя, встает на один уровень с читателем-адресатом благодаря активному использованию неформального языка и повествования от первого лица множественного числа (Есенова, 2007: 151).

В медиатексте об эпидемии COVID-19 часто встречаются слова адресанта, превратившегося в коммуниканта-единомышленника адресата. Автор в такого рода текстах от первого лица множественного числа использует разного рода вводные слова, иллюстрирующие его эмоции, а чтобы донести до читателя услышанные им истории, использует неопределенную форму глагола прошедшего времени (в казахском языке оконч. *-ыпты, -іпті*) и, раскрывая собственную точку зрения, как народный представитель, задает читателю вопрос, обращаясь к нему как к коммуниканту-единомышленнику. Например, вот отрывок из статьи Абая Асанкелдыулы «Где возник коронавирус?» опубликованный в № 60 (30.03.2020): «Примечательно, что это исследование проводили (на казахском *-іпті*) совместно ученые из университета Северной Каролины и Уханьского института вирусологии. И опыт пятилетней давности только увеличил число тех, кто был озадачен вопросом происхождения вируса. Так разве сначала COVID-19 возник не в Ухане? ...Но, как принято, к словам ученых никто впрочем, кажется, не прислушался...»

И далее:

Тем не менее некоторые мысли возникают невольно: уж не загрязняются ли все больше наши помыслы? И как же это так, что потомок мудрых предков, чтивших разумное слово, сегодня отмахивается от голоса благоразумия? На клич, на травлю кого-то легко откликаясь, почему же мы бесчеловечных дел не стыдимся? Например, во время кордайского побоища погибло одиннадцать наших соотечественников, а большинство из нас даже не вздрогнуло от этой вести. Уж очень в нас сильна склонность списать все на обстоятельства, хотя все мы – герои, батыры. Возвеличиваются те, кто упущения нашей нации восполняет лозунгами, а те, кто молча справляется с большими делами, забываются. Если прозрачный ключ наш замутился, а личность в иссохший тулак (шкура) превратится, как же нам быть?

Автор-адресант скомпоновал имеющийся материал так, как будто задался целью поделиться мыслями с народом о пандемии. Использовав вопросительную форму, он, словно участник двусторонних переговоров, использует элементы диалогичности речи. Конструирование в виде вопросов заставляет читателей задуматься над поднимаемой проблемой.

Третий вид ролевых взаимоотношений между адресантом и адресатом – адресант и адресат являются коммуникантами с противоположным мнением (оппоненты). При таком тексте один из адресатов позиционно не соглашается с мнением адресанта, а тексты становятся полемическими. Полемические тексты строятся на конфликтной основе – начиная с несогласия с мнением автора, выражения своего противоречащего мнения, критики высказываний автора, заканчивая открытым высмеиванием, доводя полемику даже до письменных оскорблений, задевающих честь и достоинство оппонента. Калбике Есенова делит их на две группы: «1) противники-оппоненты, дружески настроенные; 2) противники – агрессивные оппоненты» (2007: 157).

Пример дружески настроенных оппонентов мы видим в статье Мираса Асана «В шутке тоже есть своя угроза», напечатанной в № 85 (04.05.2020). Автор выступает с позиции адресата, который является противником публикаций, высказывающих недоверие или превращающих в шутку пандемию COVID-19. Вот отрывок из этой статьи:

При виде толпы людей, превративших неоспоримый недуг в шутку, и резвящихся по этому поводу на просторах социальных сетей, мы были потрясены. Кажется, мы и близко не подошли к тому, чтобы осознать: вирус, угрожающий всему человечеству, успел подцепить на свою удочку четыре с половиной тысяча наших земляков. Незаметно и нашей готовности подумать о сложном положении заболевших граждан и их семей. Короче говоря, нашли когда шутки шутить. Мы не перестаем балагурить, болтать что попало, раздавать неуместные шутки налево и направо и насмешничать, даже если весь мир в смятении. И в такие дни все чаще накатывает мысль, что беспечный казах еще не до конца осознал тяжелых последствий нагрянувшей безымянной напасти. ... Уж очень много охотников подлить масла в огонь, которые, передразнивая кого-нибудь при каждом удобном случае, ищут политический подтекст в проводимых защитных мероприятиях,

– говорит, не скрывая тревоги и боли, автор, будто разъясняя опасность болезни и призывая читателей к порядку: «Ведь давно наступила пора

нам сплотиться, объединиться как нации, отрезветь от заблуждений».

Пolemические тексты, при которых оппоненты могут стать агрессивными, в большинстве своем представляют собой крикливые тексты из социальных сетей. Своеволие, присущее социальным сетям, в условиях пандемии зачастую приводит к недомолвкам в отношении представителей власти, правоохранительных органов, медработников, к распространению мнений, рожденных порой из ложной информации, и, в конце концов, к всеобщей растерянности. Можно привести в качестве примера взгляды адресанта, который выступает против poleмических текстов в социальных сетях, где такого рода агрессивные оппоненты являются адресантами. В № 53 (18.03.2020) Меруерт Буркитбай в своей статье «Информация сейчас хуже болезни» пишет:

...В социальных сетях, мы часто видим информацию о заразившихся вирусом, но кроме этого часто встречаются вопросы: кто они? как обстоят их дела? как их лечат? почему вылечившиеся не встречаются с общественностью? Первая мысль об уместности этих вопросов сменяется закономерным встречным вопросом: где в такой сложной ситуации больному и врачу найти силы и время, чтобы зайти в соцсети и рассказывать о своем состоянии? Человеку, который хочет докопаться до разгадки, первым делом может помочь статистика. Что можно говорить о болтовне тех, кто и не думает ссылаться на официальные данные? Особенно активные пользователи социальных сетей завладели вниманием тысячной аудитории. Сейчас в интернете множество онлайн-карт, интерактивных источников, которые отражают ситуацию с коронавирусом в мире. В такой ситуации становится понятно, почему читатели теряются, не знают, кому можно верить.

...Не секрет, что в последние дни наблюдается резкое увеличение количества данных по коронавирусу в информационном поле. А вопрос о том, насколько правдива эта продукция, – отдельная тема. Борьба с дезинформацией стала злободневной проблемой Всемирной организации здравоохранения. ...Было объявлено, что люди, распространяющие ложную информацию, могут понести наказание в рамках законодательства.

Таким образом автор, подчеркивая, что «информация, распространяясь быстрее болезни, все пожирает вокруг себя», выразила свое возмущение действиями адресантов-разносчиков ложной информации.

Четвертый вид ролевого взаимоотношения между адресантом и адресатом в газетном тексте о пандемии COVID-19 – автокоммуникация. Автор придерживается позиции, при которой одновременно исполняет роль и адресанта, и адресата. К. Есенова связывает причины появления автокоммуникации с задачей раскрытия внутреннего мира, поиска ответа на особо важный для всего человечества вопрос (2007: 161). В № 65 (06.04.2020) газеты «Егемен Қазақстан» была опубликована статья Аккуштап Бактыгереевой «Простишь ли ты нас, Мать-Земля?», в которой можно обнаружить признаки автокоммуникации. Тема статьи и подача мыслей-выводов в тексте в виде вопросительных предложений имеют целью не получение ответа, а вводятся, скорее, для убедительности высказываний, кроме того, диалогическая форма текста с использованием вопросительных конструкций способствует укреплению связи между адресантом и адресатом. Например:

...Коронавирус. Распространяется по всей Матушке-Земле. Одни предполагают, что все это просто политика, другие – что это война государств-гигантов. Хорошо, согласимся, что вирус человечество создало своими руками, но мы должны поверить и в то, что есть невероятная сила, которая заставила изобрести его. Ведь и наука оказалась бессильной в борьбе против этого вируса. И если Мать-Земля или природа создала человечество, не выходит ли, что она намного мощнее, чем человек? Ведь правда, что эта неистовая сила природы, которую не покорить человеку, не раз напоминала о себе наводнениями и цунами. Правда и то, что сегодня она наслала на нас вирус, который оказался сильнее науки. Отчего же Мать-Земля в обиде на нас? Подумаем, просто подумаем!

...Коронавирус. Сначала пришел в Китай. Мать-Земля сделала строгое предупреждение ненасытной нации, которая выросла, не помянув своих семерых предков, как это делает святая Великая степь. Тяжелейшие удары наносит по Италии. Видно, Мать-Земля рассердилась оттого, что в люльке, куда, нежно баюкая, укладывают дитя человеческое, стали ублаживать щенят. А что насчет огромной Америки? Много поколений там живут без войны, а по производству оружия она обогнали всех. Вот и напоминает Мать-Земля, что и без войны можно испытать массовое поражение. Коль приглядеться, так гневается, похоже, на человечество великая природа.

Вернемся в наши края....Мы, дети Великой степи, обрели независимость! Степная мудрость, хотя и много чему научила, изменились на глазах. Мы перестали слышать отеческие напутствия, такие как: «Будь милосердным! Не чахнет благославленный раб. Не покусь на добро чужое, будь справедлив, бесчестные плохо кончают». Каждый божий день слышишь одни и те же разговоры о пойманных взяточниках. ...Стало быть, вирус вознамерился весь земной шар обойти, чтобы и ненасытных богачей встряхнуть, привести в чувство.

Коронавирус. Мы заперлись дома. Похоже, только теперь мы узнали цену здоровью, веселым развлечениям, свободным прогулкам. К сожалению, некоторые наши родичи все еще на гульбищах. Не откроешь им дверь – возвращаются к себе, затаив обиду.

Самым чистым местом в Великой степи был аул. Мы и от него отrekliсь. Аульный народ не пасет скот в обширной степи, а в городе здоровенный джигит сидит на страже входной двери. А ведь Мать-Земля наставляла: засея поле, посади дерево, построй дом, воспитай потомство! ...Наша степная еда, бесспорно, может исцелить многие болезни.

Земля-Мать в обиде на нас за то, что не знали цену всему....Мы обязаны склонить голову перед ней, почитать, любить безмерно! Может, только тогда она окажет милость, раскрыв объятия, приютит нас. Как только реки и озера очистятся, мусора станет меньше, а люди скажут: «Благодарим!», тогда, видимо, снова сможем мы свободно передвигаться! Ну а нам, обитателям Земли, было бы неплохо постичь прелесть дарованного ею неба. Сможешь ли простить вину смертного раба, рожденного тобой, о Мать-Земля?!

Три абзаца текста автор начинает словом «коронавирус». Это назывное предложение и синтаксический повтор в начале абзаца. Майра Жолшаева отмечает, что назывные предложения используются как названия предметов и явлений, а также со специфической коммуникативной

целью (2018: 123). Функция назывного предложения, с точки зрения представления авторской прагматики, – привлечь внимание читателя; показать современную, сегодняшнюю действительность. Эта функция имеет место быть благодаря использованию толковательного назывного предложения.

Толковательное назывное предложение не просто называет то, что станет предметом обсуждения в последующем предложении, а переключает внимание слушателя на этот названный предмет; данное предложение используется с целью погрузить читателя в философские размышления и переживания героя или автора. Цель толковательного назывного предложения – погрузить собеседника в раздумье, способствовать глубокому пониманию свойств и роли названного предмета, явления» (Ибраимова, 2016: 370).

Бактыгереева выгодно использовала это назывное предложение, чтобы последовательно донести мысль адресанта адресату и сохранить логическую взаимосвязанность в тексте.

Автор, исполняющий роль и адресанта, и адресата, ищет причины того, как эпидемия смогла завоевать весь мир, она в поисках истины, итогом ее рассуждений стало предположение или мысль, что «причиной, наверное, стали человеческие деяния». Приведенные автором аргументы высказывания, такие как обиды и претензии к своему потомству, облик современного общества, беспечность в условиях карантина, непостоянство жизни, состояние аула, безвыходность положения, надежда и другие явления общества.

Прагматические особенности отражения пандемии COVID-19 в медиатекстах каждого периода

Медиатексты, имеющие отношение к пандемии COVID-19, характеризуются изменчивостью прагматизма. А причина этому – изменение содержательных и прагматических особенностей информации в зависимости от обстоятельств на начальном, среднем и заключительном этапах эпидемии. Медиатексты, показывающие степень распространения эпидемии в Казахстане, в зависимости от прагматических особенностей и содержания представленной информации, в условной форме были разделены следующим образом: начальный период – март-апрель-май; средний период – середина июня и июль; заключительный период – август-сентябрь. Основанием для такого разделения послужил еще один фактор – обозначение заголовков в медиатексте.

В средний период эпидемии, начиная со второй половины июня и в июле, статьи показывают, как болезнь набирает силу и распространяется все больше: «Эпидемия идет вглубь», «Гнусный грипп берет за грудки», «Легочная болезнь в зените», «Туркестан гриппует», «Санитарный режим крепчает», «Финал безверия – беда», «Болезнь прогрессирует: лекарств нет, маски в цене», «В Алматы недуг разбушевался», «Атырау требуется скорая помощь», «Переполюх перед аптекой», «Коронавирусную заразу обуздать не удастся», «У кого умирают, у того и траур...», «День скорби Алаша».

Заголовки газет ближе к заключительному периоду эпидемии:

«Вылечившихся становится больше», «Положение стабилизируется», «Шум вокруг лекарств утих», «Борьба с коронавирусом дает результаты», «Последний пациент возвращается домой», «Карантинные меры постепенно отменяют».

Прагматика медиатекстов в начальный период пандемии:

- объяснение серьезной опасности только что вспыхнувшей эпидемии и подготовка населения к жизни в условиях эпидемии;
- в связи с угрозой пандемии всему миру, в условиях объявленного карантина в нашей стране представлять информацию о готовящихся и принимаемых мерах безопасности;
- призывать беречь себя и своих близких, предостерегать граждан от опасности, следить за порядком, соблюдать карантинные требования. Это начальный этап проникновения пандемии в нашу страну. Прагматика адресанта в начале пандемии еще не внедрилась в реальную ситуацию, то есть тогда, когда в стране еще не проявились последствия болезни, а народ в большинстве своем пребывал в эйфории недоверия.

Медиатексты среднего периода пандемии COVID-19 имели соответствующее этому содержание. Если в начальный период темой медиатекстов было объяснение, стремление подготовить население к борьбе с наступившей эпидемией, то в средний период цель адресанта – приводя факты из пережитого им самим или его близкими людьми тяжелого испытания, убедить, обезопасить, призвать к порядку. В этой связи предлагаем вашему вниманию отрывки из Послания Н. А. Назарбаева народу Казахстана, вышедшего в печати 03.07.2020 г. в №127, целью которого является:

- а) убедить в своей прагматике с учетом перенесенных им лично тягот болезни:

Как вам известно, опасная пандемия коронавирусной инфекции охватила многие страны мира, в том числе и Казахстан. Миллионы людей заболели этой тяжелой болезнью, она не обошла стороной и меня. ...Все они выразили мне свое искреннее сопереживание, пожелали бодрости духа и скорейшего выздоровления, за это я им очень благодарен (Назарбаев, 2020с).

- б) убедить, что важно следовать санитарным нормам и соблюдать карантинный режим с учетом собственного опыта:

Благодаря усилиям врачей и неукоснительному выполнению их требований и рекомендаций, а также всеобщей поддержке и теплым пожеланиям я преодолел недуг, чувствую себя хорошо и приступаю к полноценной работе (Назарбаев, 2020с).

- в) после пережитых тяжелых симптомов болезни пожелание выздоровления всем, кто принимает лечение, искреннее сочувствие:

Вместе со своим народом я ощутил всю тяжесть этой болезни и хотел бы пожелать всем, кто сейчас находится на излечении, терпения, мужества и скорейшего выздоровления (Назарбаев, 2020с).

г) оценка по достоинству героического труда медицинских работников:

Сложный период, который мы сегодня переживаем, – это испытание для всего человечества. На передовой линии борьбы с этим заболеванием находятся врачи, отдающие все свои силы для спасения людей. Труд медицинских работников бесценен – и нынешнее время со всей убедительностью это доказывает (Назарбаев, 2020с).

Если в начальный период эпидемии прагматика адресанта проявляла доверительное отношение к медицинским работникам и возлагала на них обязанности, то в средний период значительно больше уважительных слов в их адрес, выражения благодарности за их труд.

д) одна из прагматика адресанта, характерных для среднего периода – призыв неукоснительно исполнять требования карантина, находясь в неблагоприятной среде: пример из телевизионного Послания Президента К. Токаева народу Казахстана от 8 июля (опубликовано в № 131 (10.07.2020) в связи со сложившейся в стране ситуацией:

...К сожалению, ситуация с коронавирусом остается серьезной. Госкомиссией принято решение о введении двухнедельного карантина по всей стране. Это правильное решение. В данный момент появились первые признаки стабилизации ситуации. Но расслабляться, конечно, рано. Предстоящие недели станут решающими в нашей борьбе с пандемией. Государство принимает все меры для стабилизации ситуации. Вновь обращаюсь с просьбой к гражданам не паниковать, не закупать лекарства впрок, создавая ажиотажный спрос на них. Сейчас крайне важно не допустить паники в обществе. Хочу призвать всех соотечественников проявить стойкость, спокойствие, ответственность перед испытаниями, выпавшими на долю нашего народа. Результативность борьбы с эпидемией зависит прежде всего от разумных действий и ответственности всего населения (Тоқаев, 2020с).

е) говоря о постигших бедах и потерях (ущерб от коронавируса, смерть близких), проявление сопереживания, скорби, выражение соболезнования:

...К сожалению, болезнь продолжает уносить жизни казахстанцев. За официальными сводками лежат трагедии сотен семей. Кто-то потерял отца, мать, брата, сестру, сына и дочь. Я выражаю свои соболезнования родным и близким умерших. Это общая трагедия для всех нас. Поэтому мной принято решение объявить 13 июля Днем национального траура по казахстанцам, которые стали жертвами пандемии (Тоқаев, 2020с).

ж) предостережение от самолечения:

...Нельзя создавать угрозу жизни, рекомендуя разнообразные способы самолечения от эпидемии. Такие попытки необходимо пресекать (Тоқаев, 2020с).

з) для сохранения стабильности ситуации ограждение народа от ложной информации:

...В такой сложной ситуации в народе распространяется много заведомо ложных разговоров. Отмечаются конкретные попытки распространения дезинформации. К сожалению, некоторые граждане слепо доверяют этим ложным сведениям. ...В соответствии со статьей 174 Уголовного кодекса граждане, распространяющие ложную информацию, привлекаются к ответственности (Тоқаев, 2020с).

Прагматика адресанта в медиатексте заключительного периода пандемии COVID-19:

- выражение соболезнования в связи с тяжелыми последствиями пандемии, смертью (это также проявляется в средний период пандемии);
- признавая опасность болезни и ее губительные осложнения, обратить внимание на вопрос изобретения вакцины против нее;
- предоставлять информацию, которая по содержанию выглядит следующим образом: подытоживая все перенесенные последствия болезни, показать статистику умерших лиц; общественные мероприятия, проведенные в условиях пандемии, карантина и снятия карантина; отрицательное воздействие пандемии на экономику, социальное положение народа.

Всем периодам в равной степени присущая прагматика – сохранять выдержку, соблюдать порядок, беречься, стремиться к цели, призывать к единству, помогать другим, крепить веру в будущее.

Отражение прагматики адресанта в заголовках медиатекста.

Заголовки – часть медиатекста, его неотъемлемый компонент, дающий основную информацию. Исследователи выявляют его нарекательную, информационную и прагматическую функции. Цели, которые преследуют заголовки медиатекстов: привлечение внимания читателя, создание условий для скорейшего понимания сути статьи адресатом-читателем, актуализация структурной формы статьи.

Заголовки газетных статей, с точки зрения прагматики адресата, в первую очередь направлены на представление информации о предпринимаемых мерах, связанных с пандемией COVID-19; призывают беречься, соблюдать дисциплину как путь, который выведет из плена пандемии с позиции налагаемой на народ ответственности.

Если обратимся к семантико-грамматическим особенностям формулировок заголовков, то обнаружим, что: 1) союзы (да, де, та, те) были использованы для усиления экспрессии, а также для увеличения нагрузки на тему, которая актуализируется среди населения: «И Атырау закрытый город», «И в Актобе был зарегистрирован» (союзы «и» здесь соответствуют казахским *да, де – ред.*); 2) часто встречающиеся глаголы в форме страдательного залога; 3) использование лексических единиц с приукрашивающим значением, в семантической структуре которых стиливые оттенки насыщены, например: *еселену – умножаться, өршу – нарастать, қарқын алу – ускоряться, күшею – усиливаться, үрейге бой алдыру – паниковать, асқыну – обостряться, ауыздықтау – обуздывать.*

Языковые особенности медиатекстов о пандемии COVID-19

Интенция адресанта обнаруживается уже в том, как во время обработки текста он производит отбор языковых средств в соответствии со своей целью и пользуется ими. В этой связи при создании текстов о пандемии COVID-19 определились следующие языковые особенности:

- наличие языковых повторов на уровне лексических и синтаксических единиц (обратить внимание читателя, усилить смысловую нагрузку, повысить прагматическое воздействие текста, использовать мысль для актуализации цели);
- из всех грамматических форм часто употребляются служебные слова *да, де, та, те, тағы* (с целью актуализации мысли, усиления экспрессии);
- подача в форме личного местоимения и глагола в первом лице множественного числа (демонстрация личной позиции, переход на уровень равностепенного коммуниканта, постановка цели стать одним из адресатов);
- частое употребление *вопросительных предложений* (использование их как одно из средств донесения мысли; оказав влияние на адресата, заставить его задуматься о поднятой проблеме; наладить связь с адресатом);
- использование назывных предложений (привлечь внимание читателя; установить между сегментами текста логическую взаимосвязь; отразить сложившуюся действительность);
- частое обращение к пословицам и поговоркам (влиять на читателя, используя образность выражения мысли с точки зрения прагматики убеждения, отбираются пословицы и поговорки, связанные с призывом беречься, заботиться о здоровье; о дисциплине, солидарности). Пословицы и поговорки в медиатексте, направленные непосредственно на адресата, часто используются в развернутых обращениях. В информационных по стилю повествования статьях пословицы и поговорки не встречаются. Тем не менее при их использовании прагматика адресанта проявляется отчетливо, цель – убедить народ, что он обязательно преодолет трудности сложного периода.
- Использование афоризмов (возникает из желания усилить воздействие доводимой до читателя мысли, благодаря тактике демонстрации репутации третьего лица).

Заключение

Главная функция медиатекста, посвященного борьбе с пандемией COVID-19, – предоставить информацию. Эта информация, в зависимости от содержательной части, охватывает следующие направления: собственно про эпидемию (регионы ее распространения, статистика, признаки, способы предохранения); какие меры против эпидемии приняты и какие собираются принимать, какая поддержка со стороны государства была оказана или будет оказана; не дать панике завладеть народом в дни разгара эпидемии, координировать действия в борьбе с ней и призывать к спокойствию.

Итоги и результаты анализа текстов о пандемии COVID-19, напечатанных в газете «Егемен Қазақстан» предложены ниже.

Во-первых, выявлены четыре вида взаимоотношений между субъектами медиатекстов, адресантом и адресатом, в их ролевом общении. Они следующие: субординационные коммуниканты, коммуниканты с солидарным мнением, коммуниканты с противоположным мнением (оппоненты), автокоммуниканты.

Адресант типа субординационных коммуникантов – это личность на высокой должности, которая выступает как автор посланий, обращений, сообщений, содержательное построение медиатекстов которых, как правило, однопланово и включает такие слова: ситуация, информация, меры, факт, обязательство, вывод, итоги; прагматика – объяснить, обезопасить, пресечь панику, поддержать, убедить, доверять, возложить ответственность, обратиться, то есть речь, состоящая из модальных конструкций, цель которых – побороть эпидемию.

Адресант типа коммуниканта с солидарным мнением, благодаря использованию первого лица множественного числа и неофициальной формы общения, опустившись до уровня читателей-адресатов, обретает образ народного представителя; войдя в плоскость обмена мнениями с народом о создавшейся ситуации в разгаре пандемии, а также используя вопросительные формы, он выстраивает текст на диалогической основе; его прагматика – вводя вопросительные структуры, подвести читателя к размышлению над обрисованной в статье проблемой.

Один из адресатов типа коммуникатора противоположного мнения (оппонент) не соглашается с мнением адресанта, это находит отражение в полемическом тексте. По внутреннему настрою они также делятся на две части: оппоненты дружески настроенные и агрессивные оппоненты.

В автокоммуникации автор текста одновременно исполняет роли адресанта и адресата; его прагматика – искать причину того, почему вирус захватил земной шар и сделать собственные выводы.

Во-вторых, выяснилось, что прагматика медиатекстов о пандемии COVID-19 в каждый период сохраняет свою изменчивость. Это связано с изменением содержательного и прагматического облика информации, вытекающего из обстоятельств начального, среднего и заключительного периода пандемии. Показателем степени распространения эпидемии в Казахстане служат прагматические свойства и содержание информации в медиатексте, которые в условной форме были разделены на три периода: начальный период пандемии, средний период, заключительный период. Еще один фактор для данной периодизации – тематический состав медиатекстов.

Определена прагматика медиатекстов каждого периода. В начальный период была актуальна прагматика объяснения, информирования, предостережения, убеждения, призыва соблюдать требования карантина; прагматика адресанта отличалась тем, что складывалась не в реальной зараженной среде, а в условиях, еще не тронутых последствиями эпидемии, где еще господствовали недоверие и скепсис.

Прагматика адресанта в средний период – находясь в эпицентре распространяющихся народных бедствий, приводя примеры из личной жизни или жизни близких, убедить, внушить необходимость дисциплины.

В рассматриваемый заключительный период пандемии прагматика адресанта – выразить соболезнование в связи со смертью (это в равной степени характерно для среднего периода); обратить внимание (изобрести вакцину против недуга); предоставить информацию о последствиях болезни, статистике, экономике и отрицательных воздействиях пандемии на социальное положение страны, предпринимаемые общественные меры, и о снятии карантина.

В-третьих, заголовки статей о пандемии COVID-19, как выяснилось, в основном выполняли информационную и прагматическую функции: привлечь внимание читателя, актуализировать структурную основу статьи. Если обратиться к лексико-грамматическому своеобразию заголовков, то: союзы (*да, де, та, те*) были использованы для усиления экспрессии и актуализации структурной основы содержания; среди лексических единиц были использованы слова с насыщенными оттенками в семантике, использованы слова, содержащие сему преувеличения.

В-четвертых, определились не только примененные адресантами тактики, но и цели использования таковых. Это суть следующее: тактика объяснений, тактика убеждения, тактика использование репутации узнаваемого лица, тактика противопоставления.

В-пятых, определились языковые и стилистические особенности текстов о пандемии COVID-19: наличие языковых повторов, которые проявляются на уровне лексических и синтаксических единиц; из грамматических форм наиболее часто используются такие служебные слова, как *да, де, та, те, тағы*; представление личного местоимения и глагола в виде первого лица множественного числа; частое употребление вопросительных предложений; использование назывных предложений; частое употребление пословиц и поговорок. Эти выявленные лексико-грамматические и стилистические особенности несут в медиатексте определенную прагматическую нагрузку.

Вместе с ежедневно происходящими в обществе событиями постоянно изменяются и тесно связанные с ним СМИ, исследование языка которых, помимо всего прочего, ценно еще и потому, что, с точки зрения лингвопрагматики, мы осмысливаем общественно-социальные приметы важнейших проблем современной жизни.

Список использованной литературы

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

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

ПАНДЕМИЯ COVID-19 КАК АНАФЕМА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ МЕДИЦИНЫ И СОЗНАНИЯ: СУЩЕСТВУЕТ ЛИ В КАЗАХСТАНСКОЙ МЕДИАСФЕРЕ ЧЕТКИЙ ДИСКУРС, КРИТИКУЮЩИЙ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЮ СОЗНАНИЯ И ФУНКЦИЙ ГОСУДАРСТВА?

Галым Жусипбек

Введение

В наши дни коммерциализация сознания, коммерциализация и даже коммодификация сферы здравоохранения, медицинских услуг и фармацевтического сектора ассоциируются с негативными последствиями неолиберального капитализма, также известного как спекулятивный рыночный фундаментализм, который является одним из теоретических подходов в политической экономии. Особенно видится актуальным критика недостатков и вызовов неолиберального капитализма в связи с пандемией COVID-19. Существует острая необходимость рассмотреть влияние пандемии на здоровье как отдельного человека, так и общества через призму концепции прав человека, в частности идеи универсальности прав человека и фундаментального права человека на здоровье.

Неолиберальная капиталистическая идеология основана на таких идеях, как максимизация прибыли, прославление экономического и финансового успеха и «коммодификация» (т. е. превращение в «товар» или некий набор экономическо-финансовых услуг) человеческой жизни, например, сферы здравоохранения и образования. Однако стало очевидным, что неолиберальный капитализм не может справиться с вызовами и последствиями пандемии в вопросах здоровья, занятости, защиты социальных и экономических прав. Пандемия продемонстрировала острую потребность обсуждения необходимости доступного для всех здравоохранения, адекватных программ социального обеспечения и сильной инфраструктурной роли государства в Казахстане.

Многие были шокированы спекуляцией в период карантина в марте – апреле 2020 года на товарном рынке (например, резко взлетели цены на чеснок, имбирь, гармалу[адыраспан]) и особенно спекуляциями на рынке лекарств во время всплеска заболевания в июне-июле. Кроме того, стало очевидным, что система здравоохранения Казахстана, которая была искалечена волнами реформ, индексированных на коммерциализации, неспособна справиться с такого рода чрезвычайными ситуациями, и в целом испытывает серьезную нехватку средств для оказания эффективной медицинской помощи большинству граждан. Более того, было поставлено под угрозу фундаментальное право человека на здоровье.

С другой стороны, правам врачей и других медицинских работников также серьезно угрожало отсутствие необходимого финансирования, экипировки, продуктов питания и др., которые должны были быть предоставлены государством. Также не могло не вызвать возмущение и то, что некоторые государственные органы и квазигосударственный сектор, особенно чиновники в секторе здравоохранения, могли получать значительную прибыль даже во время пандемии, когда подавляющее большинство людей (включая врачей и другой медицинский персонал) сталкивались с серьезным дефицитом или отсутствием дохода, рисковали не получить необходимые лекарства и медицинские услуги.

Все это красноречиво показало, что коммерциализация сознания и более того, коммодификация сферы здравоохранения уже произошли в Казахстане. Эти вопросы, с одной стороны, напрямую связаны с правами человека (прежде всего, с одним из фундаментальных прав человека – правом на здоровье), а с другой, с общественной этикой и культурными нормами и ценностями. Данное исследование направлено на изучение следующих вопросов: «Обсуждается ли в казахстанских СМИ коммерциализация как сферы здравоохранения, так и функций государства, ставшая очевидной во время пандемии? И если да, то как?», «Почему критическая оценка неолиберального капитализма в Казахстане все еще слаба?».

Данная статья концептуально-нормативная и является результатом междисциплинарного исследования. В ней используются концепции политологии, политической экономии (относящиеся к дискуссиям о неолиберальном капитализме), философии права в целом и прав человека в частности с целью анализа дискурсов в материалах, опубликованных в казахстанских СМИ во время пандемии. По сути, эта статья, основывающаяся на современной концепции универсальности прав человека (в частности, на натуралистической или моральной концепции прав человека), предписывает определенные ценности и поэтому может быть квалифицирована как нормативная в широком смысле.

Анализ дискурсов или дискурс-анализ является основным исследовательским методом в данной статье. Согласно моему анализу, такие концепции, как коммерциализация и приватизация здравоохранения, неолиберальный капитализм, обычно используются редко или, по крайней мере, используются в очень специфическом смысле в казахстанских СМИ. Следовательно, количественные исследования, такие как количественный анализ контента казахстанских СМИ для изучения вопросов данного исследования, могут не дать соответствующих результатов. Следовательно, я использовал дискурс-анализ, чтобы попытаться проанализировать значения, выходящие за рамки текста опубликованных материалов в казахстанских СМИ. Кроме того, с точки зрения методов исследования, это исследование может быть квалифицировано и как «основанное на собственном опыте» (*experiential research*), хотя для поиска ответов на вопросы исследования также используется включенное наблюдение.

Данная статья имеет следующую структуру. Во-первых, в теоретической части будут представлены концепции, на которых основано данное исследование: современная концепция универсальности прав человека, право на здоровье, основные идеи и недостатки неолиберального капитализма, и его вызовы праву человека на здоровье. Во-вторых, будет представлен анализ казахстанских СМИ во время пандемии.

В этом разделе анализируются различные дискурсы, критикующие коммерциализацию сферы здравоохранения и коммерциализацию функций государства. В-третьих, после анализа дискурсов следуют рекомендации, основанные на идее важности развития базированной на правах человека либеральной критики неолиберализма. В конце статьи делается заключительный анализ данного исследования.

Универсальность прав человека и фундаментальное право человека – право на здоровье

Согласно натуралистической или морально-философской концепции прав человека, быть человеком служит основной и фундаментальной причиной обладания правами человека. Юридические документы, как международные, так и внутренние, только подтверждают права человека и берут обязательства по защите прав человека. Натуралистическая концепция прав человека подразумевает, что «права человека – это (а) моральные права, которыми (б) обладают все люди, (в) всегда и везде, (г) просто в силу того, что они люди, и (д) соответствующие носители обязанностей по соблюдению прав человека – это все дееспособные люди в соответствующих обстоятельствах» (Cruft, Liao, Renzo, 2015: 1). Основы современной концепции прав человека заложены Всеобщей декларацией прав человека и двумя «конвенциями-сестрами»: Международной конвенцией о гражданских и политических правах (1966 г.) и Международной конвенцией об экономических, социальных и культурных правах (1966 г.), которые обязательны к исполнению всеми государствами, ратифицировавшими эти два пакта. Универсальность прав человека – это не абстрактное философское или западное, или европейское понятие. Это ответ на универсальность современного государства, как глобально конвергентного способа управления, также ответ на вызовы современной рыночной экономики (Afshari, 2001: xvii).

Человеческое достоинство является аксиологической основой современной идеи и концепции прав человека. Понятия «права человека» и «человеческое достоинство» связаны таким образом, что одно невозможно объяснить без другого (Moka-Mubelo, 2017: 90). Хотя среди ученых и ведутся интенсивные споры о том, как определять человеческое достоинство (и о природе обоснования человеческого достоинства как основы прав человека), можно выделить базовый минимальный стержень, на котором ученые, придерживающиеся различных доктрин, могут согласиться – человеческое достоинство означает, «что каждый человек обладает внутренней ценностью просто потому, что он/а человек», и что «эта внутренняя ценность должна признаваться и уважаться другими» (McCrudden, 2008: 679).

По сути, современную концепцию прав человека следует рассматривать как имеющую структурную, а не культурную основу. Она дает ответы на угрозы человеческому достоинству (Donnelly, 2006: 612). Другими словами, несмотря на то что современные определения и толкования универсальности прав человека «зародились на Западе, их основы несут в себе моральное видение, которое явилось результатом накопленного опыта борьбы человечества с угрозами и вызовами, исходящими от современного государства и рыночной экономики» (Afshari, 2001:10). Важно отметить, что права человека придают политическим целям и, в общем, политике характерный моральный аспект. Также необходимо

не ограничивать рамки обязательств по соблюдению прав человека только государствами (Tasioulas & Vayena, 2016: 367). Например, люди на уровне семьи или бизнеса должны соблюдать принципы прав человека. Важно отметить, что в «Руководящих принципах предпринимательской деятельности в аспекте прав человека ООН» подчеркивается необходимость предоставления действенного определения обязанностей в области прав человека, непосредственно применимых к частным корпорациям (UN).

Комитет ООН по экономическим, социальным и культурным правам отмечает, что здоровье является фундаментальным правом человека, необходимым для осуществления других прав человека. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) в своем Уставе принимает всеобъемлющую (или инклюзивную) интерпретацию концепции здоровья, которая гласит, что «здоровье – это состояние полного физического, психического и социального благополучия, а не просто отсутствие болезней и немощи» (Constitution). Таким образом, ВОЗ признает, что право на здоровье – это право на наивысший достижимый уровень физического и психического здоровья. Тем не менее некоторые ученые-правозащитники, изучающие право на здоровье, признают, что понятие здоровье можно понимать и в узком смысле, как это сформулировано Тасиуласом и Вайеной как «надлежащее функционирование «стандартных» физических и умственных способностей человека» (Tasioulas & Vayena, 2016: 370).

Согласно натуралистической или морально-философской концепции прав человека, права человека являются моральными правами, а справедливость – моральным долгом. Право на здоровье, прежде всего, является правом человека. Кроме того, это отражение справедливости. Другими словами, право на здоровье является одновременно моральным правом, поскольку оно, помимо прочего, основано на концепции универсальности прав человека (Tasioulas & Vayena, 2016: 380), и моральным долгом. Следовательно, если государство не защищает или, по крайней мере, не делает того, что должно делать для защиты права своих граждан на здоровье, это государство нарушает как права человека, так и принципы справедливости; также это нарушает моральные права и моральные обязанности.

Другая концепция, относящаяся к морально-этическим соображениям относительно права на здоровье – это концепция «общего (или общественного) блага». Общее благо не используется в смысле «совокупной общественной полезности», как это понимается в утилитарном понятии максимизации совокупного благосостояния в обществе. Однако общее благо служит интересам всех в условном сообществе. Другими словами, общее благо означает универсальность и «то, за что нет необходимости конкурировать». Оно служит интересам каждого, но не в ущерб кому-либо (Tasioulas & Vayena, 2016: 380). Общие блага могут включать в качестве компонента механизмы, обеспечивающие права человека (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Общественное здоровье можно рассматривать как общее (или общественное) благо.

Хотя большинство ученых признают право на здоровье как личное право, такие ученые, как Лоренс Гостин, утверждают, что право на здоровье, в принципе, является «коллективным правом». Сторонники этой позиции требуют выработать нормы и политику права «глобального здравоохранения», основанные исключительно на правах человека, и в

первую очередь, на праве человека на здоровье. Миссия права «глобального здравоохранения» – обеспечить условия, необходимые для максимально возможного уровня физического и психического здоровья во всем мире. В центре внимания должны быть так называемые «основные потребности для жизни человека», которые включают хорошо функционирующие системы здравоохранения, санитарии, доступ к основным вакцинам и фармацевтическим препаратам. В соответствии с правом «глобального здравоохранения» национальные правительства несут и будут нести основную ответственность за здоровье своих граждан (Gostin & Taylor, 2008: 55). С другой стороны, концепция «глобальных общих благ» будет занимать важное место в глобальной политике здравоохранения, поскольку в настоящее время существует прочно «устоявшаяся доктрина международного права человека, в которой различные права человека, связанные со здоровьем, являются неотъемлемой частью» (Tasioulas & Vayena, 2016: 367).

Неолиберальный капитализм против либерализма и прав человека

Существует обширная литература по критике неолиберального капитализма в западных академических кругах (см., например, Rodriguez, 2020; Springer et al., 2016 и многие другие), однако очень мало исследований обсуждают негативные последствия неолиберального капитализма для Казахстана и других стран Евразии. В их числе можно назвать лишь нескольких исследователей, таких как Назпари (Nazpary, 2002) и Сангеру (Sanghera 2015, 2018, 2020 а и b), Рудзите (Rudzite, 2018). В частности, несмотря на то, что появляется все больше литературы, в которой обсуждается негативное воздействие неолиберального капитализма на социальные права в целом (Whyte, 2019) и здравоохранение (Waitzkin, 2018), эти исследования, как правило, пока неизвестны в постсоветских странах.

Однако мы не можем отрицать наличие мощных тенденций критики негативных последствий капитализма (таких как негативные последствия «маркетинга» для общества) и требований более социально-ориентированного государства в Казахстане и других постсоветских странах. Тем не менее эта критика, с одной стороны, исходит не от академических кругов или ученых как таковых, а от политических или социальных групп, которые имеют тенденцию быть политически предвзятыми. С другой стороны, эти дискуссии о социальном государстве обычно слишком узко сосредотачиваются на противопоставлении государства (точнее, сильного в социальном плане государства) и рыночной экономики, и уделяют слишком много внимания денежным трансфертам, а не социальной политике. Другими словами, более обширная и комплексная литература о негативном влиянии неолиберализма на общество, права человека, общее развитие, которая существует в зарубежных академических кругах, пока еще неизвестна в Казахстане. Практически нет серьезных исследований о морали и моральности в постсоциалистической экономике или моральной экономике (Sanghera & Satybaldieva, 2020b: 2). Хотя, как отметила Асель Тутумлу, есть исследователи, которые привлекают внимание к тому, что несмотря на западные истоки неолиберальной идеологии, в действительности самые радикальные неолиберальные реформы

произошли в не социально защищенных европейских государствах, а в так называемых странах глобального Юга [куда можно отнести и Казахстан]. То есть, в этих странах неолиберальные реформы были более радикальными по своей природе и обычно проводились авторитарными, а не либерально-демократическими лидерами (Tutumlu, 2018: 59).

Необходимо подчеркнуть, что неолиберализм (или неолиберальный капитализм) и либерализм – это не одно и то же. Либерализм можно рассматривать как «гранд-идею», поэтому «некоторая вольность в использовании концепции либерализма является нормальной практикой. Даже в теории остаются разногласия относительно того, во что верят современные приверженцы либерализма (Zhussipbek & Moldashev, 2018: 97). На протяжении истории либерализма развивались различные его понимания и модели, например либерализм может иметь утилитарный характер, но он может означать и модель социального благодеяния, отстаивающее социально ориентированное государство во имя подлинного равенства возможностей, в русле толкований Джона Ролза (Zhussipbek & Moldashev, 2018: 97). Таким образом, существуют фундаментальные различия между неолиберализмом как моделью нерегулируемого рынка и относительно эгалитарным и социально ориентированным либерализмом, основанным на защите экономических и социальных прав человека, принятым, например, в скандинавских странах и в определенной степени в странах континентальной Западной Европы.

Рудзите отмечает, что важно рассматривать различные трактовки, концептуализации неолиберализма (Rudzite, 2018: 74). Для упрощения, в этой статье я принимаю, что неолиберализм является теоретическим подходом в политической экономии и экономике (к слову, неолиберализм выступает против так называемой кейнсианской модели регулируемого капитализма и кембриджской школы капитализма социального благодеяния), который характеризуется следующими тремя основными принципами: (1) дерегулирование/дерегуляция рынка (невмешательство в рынок), основанное на убеждении, что «рынок саморегулируется»; одновременно (2) массовая приватизация и (3) нерегулируемая свободная торговля (Неууд, 2007: 52).

Поскольку роль государства в экономике должна быть минимальной, минимизировано и его участие в политике социальной защиты и каких-либо социальных программах. С другой стороны, неолиберальный капитализм характеризуется глубокой финансиализацией экономики и политики. Накопление капитала для наиболее богатой группы населения происходит в основном за счет финансиализации, которую можно представить как (в значительной степени) виртуальные финансовые инструменты. Создание спекулятивного капитала, сопровождающее финансиализацию, стало не только глобальным и оторванным от реальной экономики, но и «аморальным».¹² Даже судебная система при неолиберализме становится важным участком борьбы за владение и контроль над существующими активами, а также за возможность извлекать экономическую ренту (Sanghera & Satybaldieva, 2020a).

Ставший глобальным неолиберальный капитализм привел к

12 Кули и Хизершу исследовали незаконную деятельность крупных международных банков, являющихся основными участниками международной неолиберальной финансовой системы, в оттоке капитала из незападных стран, включая страны Центральной Азии (Cooley & Heathershaw, 2017).

резкому росту неравенства как внутри стран, так и между ними, а также возникновению чувства незащищенности у людей (Dean, 2006: 767). В «Глобальном отчете ООН о населенных пунктах» было отмечено, что зачастую «приватизация проводилась в сильной спешке под непреодолимым давлением иностранных консультантов и советников, и результатом порой было «прямое воровство». Государственные активы иногда продавались частному сектору за мизерную часть их реальной стоимости» (UNHabitat, 2003: 44).

Среди негативных последствий неолиберального капитализма можно выделить коммерциализацию (маркетизацию), даже коммодификацию (превращение в товар) сферы образования и здравоохранения, слабую инфраструктурную мощь государства, отсутствие развития экономических и социальных прав, а также прав женщин и детей. Однако, в противоположность этим последствиям неолиберальных реформ, в странах всеобщего (или социального) благоденствия, например, странах Северной Европы, существует доступная для всех и расширяющаяся возможности система образования и здравоохранения, щедрые программы социального обеспечения, высокая инфраструктурная мощь государства (см., например, Martela et al., 2020). Более того, неолиберализм, навязывая приватизацию, ослабляет и подрывает политическую активность и взаимодействие между обществом и властью, поскольку приватизация отдаляет и отчуждает граждан от решений и действий, касающихся их общества (Dorfman & Harel, 2015: 3).

Недостатки неолиберального капитализма необходимо обсуждать в контексте пандемии COVID-19. Можно утверждать, что модель неолиберального капитализма не способна справиться с такого рода экстремальными феноменами. В целом, ориентированная на получение прибыли коммерциализированная система здравоохранения, принципиальным образом не только не имеет средств, но, прежде всего, не обладает философией предоставления достойной и эффективной медицинской помощи большинству граждан. Разрушительное воздействие пандемии на общество США, особенно на социально незащищенные и уязвимые группы населения, является естественным результатом коммерциализированной американской системы здравоохранения. Однако во многих бедных африканских странах с системой бесплатного общественного здравоохранения негативные последствия пандемии были значительно ниже (Soy, 2020).

Неолиберальный капитализм следует анализировать в сопоставлении с концепцией универсальности прав человека, принципов справедливости и правами человека на здоровье и безопасность.¹³

В целом, натуралистическая/философская концепция прав человека, понятие фундаментальные права человека на безопасность и здоровье (право на бесплатное и доступное медицинское обслуживание), с одной стороны, и неолиберализм, с другой, находятся в противоречии.

В своем очень интересном анализе Джессика Уайт объясняет: «В 1947 году расхождения между авторами Всеобщей декларации прав человека и неолибералами кружка Мон-Пелерина были более значительными, чем точки их совпадения. Хотя обе группы были глубоко озабочены угрозами человеческого достоинству и свободе после Второй мировой

¹³ Смотрите далее в рекомендациях.

войны, их решения заметно различались: делегаты, участвовавшие в подготовке декларации по правам человека, приняли обширный список социальных и экономических прав, в то время как неолибералы описали государственное благосостояние и социальное планирование как тоталитарные угрозы для «западной цивилизации» (Whyte, 2019: 8).

Понятие прав человека касается моральных прав. Однако неолиберальный капитализм, исповедуя рыночный фундаментализм, отделяет и политику, и экономику от морали. Следовательно, между ними неизбежно столкновение. Однако, как указывают Сангера и Сатыбалдиева, экономические отношения и институты [сопряжены этикой и] несут в себе последствия этического характера и напрямую влияют на человеческое процветание (Sanghera & Satybaldieva, 2020b: 2). Как таковой подход моральной экономики «анализирует и оценивает справедливость и обоснованность реально существующих экономических отношений и практик» (Sayer, 2018: 23). Следовательно, исследователи социальных наук не могут избежать оценочных суждений сквозь призму благополучия, справедливости и честности. С другой стороны, дискурс о правах человека лежит в основе подхода к здоровью, основанного на «глобальной справедливости». Справедливость – это обладать правами, в том числе моральными, так как концепция прав человека – это, по сути, моральные права, которые должны защищаться по всему миру в отношении каждого, поскольку мы являемся обладателями человеческих прав просто в силу того, мы люди (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Резюмируя, неолиберализм противоречит и даже угрожает концепции универсальности прав человека, являющейся по сути либеральной идеей.

Анализ казахстанских СМИ во время пандемии: дискурсы, содержащие критику коммерциализации сферы здравоохранения и функций государства

а. Общая и предварительная оценка материалов СМИ и почему важен дискурс-анализ

Качественный контент-анализ и дискурс-анализ могут показать, что в период пандемии в казахстанских СМИ было опубликовано множество материалов и постов, содержащих критику коммерциализации сферы здравоохранения и функций государства. Некоторые из них достаточно высокого качества с точки зрения анализа ситуации в сфере здравоохранения. Однако подавляющее большинство публикаций не являются системными и концептуальными в своей критике коммерциализации и приватизации, за исключением статей и интервью единичных экспертов, таких как Данияр Ашимбаев и Магбат Спанов. Такая ситуация может указывать на то, что интеллектуальная критика феномена коммерциализации функций государства и неолиберального капитализма в целом, еще не получила развития в Казахстане.

В общей сложности материалы казахстанских СМИ и посты в социальных сетях на казахском и русском языках по теме спекуляций определенными товарами в период жесткого карантина в марте–апреле и лекарствами во время вспышки COVID-19 в июне–июле отличались особой критичностью. Количественный контент-анализ может выявить тысячи публикаций о спекуляциях и об их критической оценке.

Неоправданный рост цен на некоторые товары, такие как чеснок, имбирь, гармала (адыраспан), и особенно на жизненно важные лекарства, а также их дефицит, вызвали крайне негативную реакцию простых граждан, журналистов, экспертов и госслужащих. Однако поиск статей и других материалов для проведения анализа феномена спекуляции, содержащих такие формулировки как «коммерциализация сознания», «неолиберализм в Казахстане и спекуляции на рынках товаров и лекарств» не дал каких-либо результатов, за исключением нескольких кратких и концептуально несистематических постов в социальных сетях.

Можно полагать, что, во-первых, журналисты, эксперты и ученые, не говоря уже о простых гражданах, не знакомы с концепцией неолиберального капитализма (или неолиберализма), которая ведет к приватизации и коммерциализации здравоохранения и других сфер. Кроме того, такие понятия, как общие или общественные блага, которые важны для защиты права на здоровье, почти не используются в Казахстане. Во-вторых, понятие «коммерциализация», как правило, используется в положительном контексте (например, «сделать реализуемым по хорошей цене») или в контексте, совершенно отличном от моих вопросов, например, «коммерциализация научных исследований или сельскохозяйственных услуг» и т. д. Следовательно, чтобы найти надлежащую информацию, относящуюся к вопросам моего исследования, необходимо изучать контекст, общее значение и смысл, вытекающий из определенных новостей, интервью и других материалов СМИ. Это делает дискурс-анализ основным методом исследования того, были ли во время пандемии сильные дискурсы в казахстанских СМИ, критикующие коммерциализацию сферы здравоохранения и коммерциализацию функций государства, или нет.

В целом, использование количественных методов исследований, таких как количественный контент-анализ, с целью изучения того, «как казахстанские СМИ обсуждают коммерциализацию сферы здравоохранения», несет в себе определенные серьезные трудности. Например, поиск в системе Google или Яндекс (в середине октября 2020 года) точных слов и выражений на казахском языке, связанных с приватизацией и коммерциализацией сферы здравоохранения, и коммерциализацией функций государства, не дал никакого результата. По моим предварительным данным, СМИ на казахском языке, как правило, не публиковали серьезных концептуальных материалов с критикой неолиберального капитализма и коммерциализации сферы здравоохранения. В целом, материалов на казахском языке о неолиберальном капитализме очень мало, не считая единичных статей (например, Сомжурек, 2010). Поиск в середине октября 2020 года в поисковой системе Google точного выражения на казахском языке «неолибералдык/неолибералды капитализм» дал только семь результатов. Однако на русском языке можно было найти много академической и популярной информации по теме неолиберального капитализма, но она в основной своей массе была не из казахстанских источников.

Мой анализ казахстанских СМИ показывает, что наиболее заметные материалы о негативных последствиях коммерциализации или последствий неолиберального капитализма в сфере здравоохранения были опубликованы на сайтах Vlast.kz и 365info.kz.

В целом дискурсы о примате концепции прав человека в защите права на здоровье пока относительно слабы в Казахстане. Только на

русском языке были опубликованы единичные материалы относительно частных случаев. Например, о журналистке из Караганды, которая, будучи онкобольной, нуждалась в своевременном обеспечении лекарствами, подала в суд на Минздрав РК и ТОО «СК-Фармация» из-за нарушения ее права на здоровье (Журналист, 2020; Муканова, 2020), тогда как общих, концептуальных материалов найти не удалось. Однако на казахском языке я не нашел ни одного материала даже о персональных случаях, когда люди ссылались бы на концепцию прав человека при защите своего индивидуального права на здоровье.

б. Анализ дискурсов относительно феномена коммерциализации медицины, озвученных в казахстанских СМИ во время пандемии

1) Дискурс, открыто указывающий на негативные последствия неолиберального капитализма и коммерциализации сферы здравоохранения и функций государства

Дискурс, который открыто критикует негативные последствия неолиберального капитализма в целом и коммерциализацию сферы здравоохранения, и функций государства в частности, хотя и очень редко, можно наблюдать в казахстанских СМИ (см., например, Воронин, 2020). Наиболее яркий и критический анализ негативных последствий неолиберализации и коммерциализации здравоохранения, экономики и функций государства проводит в казахстанских СМИ Данияр Ашимбаев.

В материалах, опубликованных информационным агентством 365info.kz, дискурс о негативных последствиях неолиберального капитализма переходит на уровень обсуждения коммерциализации определенных функций государства. Например, Ашимбаев отмечает, что коммерциализация госуслуг [или неолиберальный поворот] серьезно затронул Казахстан. В соответствии с логикой неолиберального капитализма «втихую пошли разговоры о рентабельности государственных услуг – якобы они должны приносить определенную прибыль» (Алехова, 2020а). Важно отметить, что Ашимбаев особо отмечает сферу здравоохранения.

В своем анализе масштабов коммерциализации различных сторон жизни в Казахстане, Ашимбаев предельно критичен, замечая, что «коммерциализация жизни достигла максимальных пределов», «произошла массовая подмена понятий и деградация общественных отношений. Из системы выпала элементарная ответственность и взаимные обязательства»,¹⁴ «...резко сократилась подконтрольность государственных органов», «... создается ощущение, что государство вообще забыло, что у него есть какие-то обязанности перед обществом. Решения принимаются волюнтаристски, а население считается ненужной социальной нагрузкой на финансовые потоки госаппарата» (Алехова, 2020а).

Пандемия продемонстрировала отрицательные стороны и опасность коммерциализации государственных услуг и деградации связей с общественностью.

¹⁴ Смотрите далее для обсуждения связи между коммерциализацией и эрозией ответственности государственных органов.

Я склонен считать, что всему виной коммерциализация 90-х годов, которая проникла во все сферы. Возникла ситуация, при которой деградировали и государство, и общество. [...] Характерный пример – медицина. Раньше все было государственным, за исключением отдельных стоматологий, потом параллельно стал развиваться частный сектор. Выяснилось, что это достаточно прибыльная отрасль экономики. [...] И потом мы «взяли курс на коммерциализацию сферы медуслуг (Алехова, 2020а).

В статье, опубликованной ehonews.kz в апреле 2020 года на волне общественного гнева, связанного с протестами казахстанских врачей и других медицинских работников, оставшихся без необходимого защитного снаряжения и обещанных надбавок за риск при работе с коронавирусными больными, очень профессионально констатировалось, что «этот кризис системы здравоохранения, является результатом многолетней неолиберальной политики сокращений, коммерциализации и приватизации отрасли» (Баиров, 2020).

Ашимбаев объясняет, что его критика коммерциализации сферы здравоохранения не должна рассматриваться как призыв к полному отказу от частных медицинских учреждений или частной медицинской практики. Однако он подчеркивает необходимость системного и доступного для всех государственного здравоохранения при поддержке частных учреждений, которые должны играть лишь вспомогательную роль в системе (Ергешова, 2020).

Проанализированная выше критика коммерциализации казахстанской системы здравоохранения также касается и неолиберальных институтов, созданных в сфере здравоохранения, которые имеют не только большие бюджеты, но и склонны к растрате средств. В результате неолиберальных реформ в системе здравоохранения возникли квазигосударственные неолиберальные институты, такие как АО «Национальный медицинский холдинг», ТОО «СК-Фармация», АО «КазМедТех», которыми руководят профессионалы в сфере неолиберальной экономики, финансов или менеджмента, но не специалисты и профессионалы в области здравоохранения¹⁵ (Ергешова, 2020).

Создание этих квазигосударственных неолиберальных институтов должно было, согласно планам, улучшить качество медицинских услуг, но оказалось, что государственная политика в области здравоохранения реализуется с одной целью – минимизировать финансовые затраты государства на медицинское обслуживание, строительство, ремонт медицинских учреждений, а также закупку медицинского оборудования, обучение медперсонала и лечение граждан. Ашимбаев объясняет механизм коммерциализации государственных услуг в сфере здравоохранения следующим образом:

Государство, сокращая койко-места, закрывая больницы и приватизируя поликлиники, активно выпихивало население в ведение частного сектора. Оно сняло с себя обязательства нести расходы по строительству больниц, их ремонту и закупке медоборудования. Но частный бизнес, прежде всего, ориентирован на извлечение прибыли. В принципе, не будь карантина, все это хозяйство [поставленное на

¹⁵ Пожалуйста, смотрите далее.

неолиберальные рельсы] могло и дальше спокойно функционировать (Алехова, 2020а; Майская, 2020).

В последние годы в казахстанскую систему здравоохранения неуклонно внедрялись некоторые ключевые принципы коммерциализации [или элементы неолиберализма], такие, как повторное введение медицинского страхования, приватизация медицинских учреждений. Однако, как это ни парадоксально, за исключением единичных экспертов, таких как Ашимбаев, этот процесс проходил без серьезной критики со стороны казахстанских ученых и экспертов. Хотя государство приняло концепцию гарантированного объема бесплатной медицинской помощи с оплатой основных медицинских услуг, операторами этих услуг также могут быть частные медицинские учреждения (Алехина, 2020а). Это признание проложило путь к превращению здравоохранения в источник извлечения прибыли и максимизации прибыли частными учреждениями (логику извлечения прибыли и стремления к максимизации прибыли, также можно увидеть в операциях, связанных с закупками лекарств).

2) Дискурс о недостатках медицинской системы, подвергшейся коммерциализации, и ее последствиях во время пандемии

Многие материалы, изданные в казахстанских СМИ и посты в социальных сетях, опубликованные во время пандемии, несли в себе резкую критику недостатков системы здравоохранения. Однако сравнительно мало материалов содержало непосредственно критику последствий коммерциализации здравоохранения. Наиболее полный анализ негативных последствий коммерциализации казахстанского здравоохранения был сделан Д. Ашимбаевым и К. Конеевым. Например, согласно Ашимбаеву, «...если бы не было пандемии, вся [неолиберальная] экономика продолжала бы функционировать». То есть «вспышка коронавируса показала, что система частной страховой медицины рассчитана не на кризисную, а на растущую экономику. И в ней нет резерва на борьбу с эпидемиями. Система дала сбой» (Алехова, 2020а; Майская, 2020). Д. Ашимбаев подчеркнул, что «для борьбы с инфекциями частная медицина не подходит вообще. Надежды на лечение за рубежом в период карантина и закрытых границ нет» [для тех, кому выгодна коммерциализация и неолиберализация казахстанского здравоохранения] (Алехова, 2020а). «И сейчас эта медицина, которую государство строило годами, нанесла ему смертельный удар [включая его неолиберальных идеологов]» (Алехова, 2020а).

Однако мнения, высказанные представителями частных клиник, хотя и редко встречаются в средствах массовой информации, напротив, защищают эффективность частного здравоохранения. Например, директор одной из частных клиник в Алматы, придерживаясь неолиберального подхода, утверждал, что Казахстану необходимо сосредоточиться на опыте тех стран, где здравоохранение приватизировано или функционирует в конкурентной среде. Поскольку чем больше государство присутствует в сфере здравоохранения, тем больше шансов на коррупцию и ниже эффективность (Алимов, 2020). Кроме того, вполне логично, что частные клиники поддерживают неолиберальную систему медицинского страхования с помощью стремящихся к прибыли страховых компаний, которые в целом имеют соглашения об аутсорсинге с перестраховочными компаниями (Алимов, 2020).

Интересный сравнительный анализ эффективности различных систем здравоохранения по всему миру (подобного рода анализов в казахстанских СМИ было крайне мало) был опубликован сайтом Ratel.kz под названием «Эффективность мировых систем здравоохранения в условиях пандемии». По мнению автора Байжунусова (2020), в контексте нынешней пандемии «более эффективными оказались системы здравоохранения с государственной социальной моделью здравоохранения по сравнению с моделями, представленными преимущественно частной медициной». Автор объясняет этот факт способностью быстрой мобилизации и централизации управления в чрезвычайных ситуациях, которыми обладают страны с сильной системой общественного здравоохранения. Однако в этом материале отсутствует прямая критика коммерциализации системы здравоохранения.

Перед летней вспышкой COVID-19 газета «Караван» опубликовала важное с точки зрения как открытой, так и опосредованной критики неолиберализма и коммерциализации системы здравоохранения интервью с Матеушем Пискорским, неоднозначным политическим деятелем из Польши. Согласно мнению Пискорского, пандемия коронавируса бьет по капитализму и глобализации, в частности, укрепляя роль государства в сфере здравоохранения. Далее он объяснял преимущества публичной и доступной для всех бесплатной медицинской помощи в своем сравнительном анализе (Омарова, 2020).

3) Дискурс: Здравоохранение – стратегический сектор национальной экономики, который требует щедрого государственного финансирования и хороших специалистов

Дискурс о важности здравоохранения убедителен и широко распространен в казахстанских СМИ (Exclusive, 2020). Многие статьи в СМИ и посты в социальных сетях, опубликованные во время пандемии, указывают на стратегическую роль системы здравоохранения. В статье, опубликованной Baigenews.kz, это кратко резюмировалось следующим образом: «Стало очевидно, что вся национальная экономика зависит от эффективности здравоохранения и что неправильно рассматривать здравоохранение как бремя, когда бюджетные средства уходят без него» (Бекболаева, 2020). Кроме того, во многих статьях и сообщениях в социальных сетях можно было увидеть требования о том, чтобы значительно увеличился объем финансирования и улучшилось качество управления системой здравоохранения (Бекболаева, 2020; Мазоренко, 2020; Майская, 2020). Заголовок одной из статей на сайте Vlast.kz был следующим: «Миллиарды на ковид. Почему постсоветские страны с трудом справляются с коронавирусом? Причину стоит искать в постоянном недофинансировании медицинской сферы» (Мазоренко, 2020).

Казахстанские СМИ задолго до пандемии критиковали неэффективное финансирование здравоохранения. Например, в статье 2018 года говорилось, что в 2017 году доля расходов на здравоохранение в экономике Казахстана составляла всего 3,7 процента ВВП, что значительно ниже, чем в странах с аналогичным уровнем развития (6 процентов ВВП). Доля расходов самих граждан на здравоохранение в конце 2017 года составила 41 процент, что вдвое превышает лимит, рекомендованный Всемирной организацией здравоохранения (Абжекенова, 2018). Более 30 процентов частных расходов направляется на приобретение платных

медицинских услуг, заявленных в рамках гарантированного объема медицинской помощи. То есть казахстанцы не защищены от финансовых рисков, связанных со здоровьем, и в первую очередь это социально уязвимые категории. Однако, как заявил один из депутатов Парламента РК, в реальности доля расходов граждан на здравоохранение намного превышает официально признанный 41 процент, если учитывать расходы на лабораторные анализы, эта доля может составлять порядка 70 процентов (Абжекенова, 2018).

Тем не менее, только небольшое количество публикаций развивали идею о том, что государство должно играть большую роль и установить контроль над сферой здравоохранения. Также очень немногие (например, Д. Ашимбаев, М. Спанов, К. Конеев) открыто озвучивали негативные последствия и опасность приватизации в системе здравоохранения (Алехова, 2020 а и б), а также мнение о том, что государство должно пересмотреть всю систему здравоохранения (Бекболаева, 2020).

Дискурс, гласящий что здравоохранение является стратегическим сектором, также можно интерпретировать в том ключе, что «система здравоохранения стала заложником тех, кто не компетентен или далек от здравоохранения», или «системой здравоохранения в течение многих лет управляли экономисты, финансисты или корпоративные менеджеры, что привело к деградации общественного здравоохранения (например, К. Конеев, Д. Ашимбаев). Подобная интерпретация подразумевает критику коммерциализации здравоохранения.

4) Дискурс: олигархическая экономика со слабой социальной защитой

Можно было заметить, что во время пандемии выходили публикации с критическим анализом общего характера экономической системы Казахстана. Эта критика может быть рассмотрена как свидетельство того, что определенные функции государства стали «коммерциализованными». Подобного рода публикации в СМИ являются еще одним аспектом критики коммерциализации, в то время как концепция коммерциализации в целом открыто не критикуется.

Существует мнение, что дать однозначную характеристику казахстанской экономики практически невозможно (Исабаева, 2017). Тем не менее некоторые эксперты в статьях, анализирующих суровые уроки пандемии, недвусмысленно утверждают, что в Казахстане был построен олигархический монополистический капитализм, характеризующийся слабой политикой социальной защиты (т. е. не социально ориентированный) (Алехова, 2020б), хотя согласно Конституции РК Казахстан является социальным государством. Как поясняет Ашимбаев, «нефть и газ не являются де-юре государственными, но де-факто считаются чьими-то. И поскольку эти кто-то близки к правящей элите, понятно, что население в расчет особенно не принимается» (Алехова, 2020а). Другой казахстанский экономист, касательно трудностей пандемии, предложил ввести категорический запрет на работу в оффшорах квазигосударственным компаниям. Он также предупредил об опасности нерегулируемых потоков капитала (которые, по сути, приносят пользу определенным олигархическим группам и транснациональным компаниям), подчеркнув, что прибыли транснациональных корпораций уходят за границу, однако эта прибыль рассчитывается как национальный доход (Алехова, 2020б).

Одним из результатов неолиберального поворота в Казахстане является слабый статус профсоюзов (трудовых объединений) и низкие стандарты защиты социальных и экономических прав работников. Вот почему после начала пандемии, когда медики и другие работники медицинской сферы оказались заложниками неэффективно функционирующей системы здравоохранения, общественный деятель и профессиональный врач Кайыргали Конеев объявил о том, что возглавит процесс консолидации медиков в независимое объединение для защиты своих социальных прав (Баиров, 2020). В целом тяжелые условия, в которых работают казахстанские медики, борющиеся с пандемией, привлекли значительное внимание пользователей социальных сетей и казахстанских СМИ.

5) Дискурс: неэффективные расходы, мошенничество и коррупция

В традиционных и нетрадиционных медиа Казахстана присутствует сильный дискурс касательно неэффективного расходования денег во время пандемии. Хотя этот дискурс подразумевает критику приватизации и коммерциализации сферы здравоохранения (в целом, неолиберальных институтов), а также коммерциализацию сознания (стремление к прибыли даже во время пандемии), только в нескольких единичных материалах непосредственно использовались точные концепции.

Согласно анализу независимого сайта Vlast.kz, даже то недостаточное финансирование, изначально направленное на борьбу с пандемией, было распределено неэффективно, что еще больше осложнило общую ситуацию. Где-то расходы были ненужными, где-то непрозрачными, где-то слишком объемными, а где-то несвоевременными. Все это привело к нехватке средств защиты, лекарств, тестов и аппаратов ИВЛ (Логинова, 2020). В целом казахстанские СМИ подготовили качественные информационные материалы о нецелесообразных и неэффективных расходах во время пандемии (см. Логинова, 2020; Мазоренко, 2020; Алехова 2020a). Например, общественные активисты отмечали, что квазигосударственные учреждения в Казахстане закупали антиретровирусные препараты по завышенным ценам. А казахстанские журналисты выяснили, что они приобретались в три раза дороже. Более того, как это подчеркивали казахстанские СМИ, международные организации ранее привлекали внимание к этой «странной» политике (Логинова, 2020).

Квазигосударственное учреждение «СК-Фармация» (которое, согласно неолиберальной логике, официально зарегистрировано как частная компания – ТОО), единственный уполномоченный поставщик медикаментов/лекарственных препаратов на казахстанском рынке, подозревалося в продаже гуманитарной помощи (КТК, 2020), после сообщений о том, что коробки с наклейками Qatar Airways (авиакомпания, доставившей гуманитарный груз, подарок эмира Катара) были замечены в одной из частных аптек Алматы. Однако, «СК-Фармация» отвергла эти обвинения (Информбюро, 2020). В целом деятельность «СК-Фармация» вызвала очень резкую критику со стороны многих пользователей социальных сетей и множества казахстанских СМИ.

6) Дискурс: неоправданные доходы квазигосударственных институтов и государственных чиновников во время пандемии

Вопреки ожиданиям, одной из причин коррупции и низкой подотчетности

государственных служащих является приватизация и коммерциализация (см., например, Dorfman & Harel, 2015). В целом, несправедливый и слишком завышенный доход, такой как супер-бонусы генеральных директоров и других руководителей высшего звена – это явление неолиберального капитализма, которое вряд ли совместимо с социальной ответственностью и моральной экономикой. Дискурс, осуждающий неоправданные доходы квазигосударственных институтов и некоторых государственных чиновников во время пандемии, сильно проявил себя в казахстанских СМИ. Многие публикации были о возмущении общественности фактами получения щедрых премий руководством квазигосударственных или государственных органов, ответственных за благополучие общества, когда миллионы страдали, врачи и другой медицинский персонал боролись с пандемией без достаточного финансирования, оборудования, даже продуктов питания и чистой воды (Алехова, 2020а; Сугирбаева, 2020; Асылбек, 2020).

Агентство КазТАГ опубликовало интересный материал под названием «Редакция КазТАГ попросили «убрать» материал о награждении сотрудников «СК-Фармация» (Касенов, 2020). В статье рассказывается о реакции главного редактора агентства КазТАГ, когда ему позвонил аноним из пресс-службы ТОО «СК-Фармация» и попросил его и редакцию «убрать» материал о награждении сотрудников ТОО «СК-Фармация» на фоне скандалов и смертей от коронавируса (Касенов, 2020). Данная статья продолжается таким анализом: «Отметим, что в числе негативных последствий, ответственность за которые в числе прочих структур, общественность возлагает на ТОО «СК-Фармация» – это смерти казахстанцев от коронавируса в результате нехватки лекарств, кислородных баллонов, аппаратов ИВЛ, несвоевременного распределения гуманитарной помощи» (Касенов, 2020).

Этот дискурс можно рассматривать как еще один аспект критики коммерциализации функций государства и коммерциализации сознания (стремление к наживе даже во время пандемии, несмотря на страдания миллионов людей). Однако в подавляющем большинстве материалов СМИ и сообщений в социальных сетях открыто не упоминается ни неолиберализм, ни коммерциализация, ни приватизация. Лишь несколько экспертов в своих анализах указали на отрицательные последствия неолиберальной коммерциализации. Например, в контексте неспособности казахстанской системы здравоохранения обеспечить эффективную защиту и лечение во время пандемии, Ашимбаев обратил внимание на то, что «в условиях того, что социальные институты перераспределения стали сугубо коммерческими, определенная доля потоков прилипает к чужим рукам ...при этом сложно сказать, сколько именно прилипает к чужим рукам» (Алехова, 2020а).

7) Дискурс: неподотчетные госслужащие, деградация и эрозия подотчетности государственных органов и общественной ответственности

В казахстанских СМИ и социальных сетях можно было наблюдать достаточно активный дискурс о неподотчетности или, по крайней мере, пассивных и далеких от нужд людей государственных органах и госслужащих. Во многих статьях и постах говорилось о разочаровании низким уровнем функционирования государственных и квазигосударственных органов во

время пандемии (см., например, Асылбек, 2020). Более того, деградация и эрозия подотчетности государственных органов и общественной ответственности стали сутью этого дискурса. По существу, этот дискурс подразумевает критику приватизации и коммерциализации сферы здравоохранения и, в целом, неолиберальных институтов в стране. Именно отрицательные последствия неолиберальной коммерциализации, среди прочих факторов, заложили основу для деградации и эрозии подотчетности государственных чиновников и эрозию общественной ответственности.

Иными словами, в государстве, где социальные институты стали коммерциализованными, и где некоторые «особые» люди и группы могут получать несправедливый и неоправданный доход в виде комиссий, или даже владеть, или совладеть такими институтами, мы можем говорить о деградации и эрозии подотчетности государства обществу и эрозии понятия общественной ответственности. Однако только в единичных статьях и постах прямо использовались точные понятия, как «деградация подотчетности государственных органов» в увязке с неолиберализмом и коммерциализацией. Например, Ашимбаев отмечал:

...кто бы ни руководил ТОО «СК-Фармация» и Фондом соцмедстрахования, скандалы возникают одни и те же. По госзакупкам регулярно вылезают ремонты офисов, покупка дорогих машин и всевозможные ненужные имиджевые мероприятия на миллионы. ...Госаппарат зациклился на своей правоте. На критику любой усредненный чиновник реагирует как на политический заказ (Алехова, 2020а).

Этот дискурс также можно перефразировать как «вряд ли стоит ожидать здоровый общественный договор («социальный контракт») в том государстве, где прошла системная коммерциализация». Другими словами, имея в виду то, что коммерциализация функций государства может привести к эрозии и деградации подотчетности государственных чиновников и общественной ответственности, не приходится говорить о здоровом общественном договоре. Дискурс о проблемах реализации общественного договора – концепции, лежащей в основе любого современного демократического государства, сформулирован преимущественно единственным экспертом (Ашимбаевым) в публикациях, касающихся коммерциализации функций государства и сферы здравоохранения. Этот дискурс можно толковать также и следующим образом: «Современное демократическое государство создается [гипотетически] в результате общественного договора (социального контракта), но какой вид общественного договора и какое государство мы будем иметь, если произойдет коммерциализация функций государства и приватизация важных для жизни людей сфер и секторов, таких как здравоохранение?». «Каким образом государство сможет выполнять свои обязательства перед гражданами в рамках общественного договора, если само государство (то есть функции государства) стало коммерциализованным?» (см., Алехова, 2020а).

Согласно этому дискурсу, основная причина эрозии подотчетности и ответственности государства – это коммерциализация. «Похоже, что государство полностью забыло о своих обязательствах перед обществом – нет подотчетности чиновников перед обществом за провал государственных программ. Более того, население считается ненужным

социальным бременем для финансовых потоков государственного аппарата. В такой ситуации непросто говорить о каком-либо здоровом общественном договоре» (см., например, Алехова, 2020а; Ашимбаев, 2020).

Этот дискурс, который можно вывести из анализов Ашимбаева в период пандемии, перекликается с выводами ученых из Еврейского университета в Иерусалиме Дорфмана и Харела (2015), которые утверждают, что последствием приватизации является трансформация политической системы и общественной культуры от той, для которой характерны сильная совместная ответственность и политическая вовлеченность, к той, характеризующейся раздробленностью и социальным разделением. Другими словами, феномен приватизации можно рассматривать как лишение государства его ответственности, что неизбежно подрывает ответственность государственных органов и общественную ответственность.

Из этого дискурса логически вытекает то (а это до сих пор редко обсуждается публично), что пандемия COVID-19 продемонстрировала игнорируемый негативный эффект приватизации (Dorfman & Harel, 2015) – эрозию политической вовлеченности и эрозию общественной и государственной ответственности. Другими словами, несмотря на то, что многие анализы тяжелой ситуации в сфере здравоохранения и снабжения населения фармацевтическими препаратами во время вспышки коронавируса летом 2020 года (и в общем материалы о тяжелых последствиях пандемии для общественного здравоохранения), опубликованные в казахстанских СМИ, требовали привлечения к ответственности государственных чиновников, наказания тех, кто провалил борьбу с пандемией и не способствовал оказанию своевременной помощи населению страны, лишь в немногих материалах открыто говорилось о том, что именно приватизация и коммерциализация сферы здравоохранения, в конечном итоге, подрывают ответственность государственных органов и общественную ответственность, а также политическую активность в вопросах, связанных с вопросами здравоохранения.

8) Последний дискурс: «Ничего нельзя изменить». Почему важно знать о «подводных камнях» неолиберального капитализма – первопричине коммерциализации сферы здравоохранения и функций государства?

В казахстанских СМИ заметен дискурс, который хотя и редко выражается открыто, но разделяется экспертами, особенно теми, кто застал советские времена. Этот дискурс можно перефразировать следующим образом: «Эта антисоциальная коммерциализованная система здравоохранения плохая и жестокая, но, кажется, что она прослужит долго, потому что никто не хочет и не может ее изменить» (см., например, Алехова, 2020а; Алехова, 2020б). Дается оценка общей ситуации: «Возникла ситуация, при которой деградировали и государство, и общество... никто не горит желанием менять эту систему. Есть определенные запросы на перемены, но нет политической воли к реальным переменам. Все хотя бы, чтобы стало немного лучше, но никто не готов заплатить ту цену, в которую обойдется наведение порядка» (Алехова, 2020а). «Эта система настолько слаба и хрупка, что не может измениться» (Ашимбаев, 2020).

Можно полагать, что контекст данного, направленного против

коммерциализации, но одновременно и пессимистического дискурса, определяется средой, в которой многие, в том числе и госслужащие, и эксперты, и журналисты, и обычные граждане могут скорее не владеть надлежащей информацией о глобальной академической и правозащитной критике (критике в призме современной концепции универсальности прав человека) неолиберального капитализма и коммерциализации здравоохранения (а также образования, вопрос не менее важный, но выходящий за рамки данной статьи и исследования). Многие могут склоняться к мнению, что принципы неолиберального капитализма – это «неоспоримая научная истина», что «функционирование здоровой рыночной экономики требует безотлагательного следования этим принципам» (в действительности, проповедуемых неолиберальным капитализмом, одной из теорий в политической экономике). Другими словами, предполагая, что многие в постсоветских странах не осведомлены надлежащим образом о том, что неолиберальный капитализм – это одна из теорий в политической экономике, но которая может быть негативной и даже опасной для дальнейшего развития прав человека (в частности, как проистекает из этой статьи, из-за абсолютной веры в приватизацию и коммерциализацию, которые непременно образом должны охватить и сферу здравоохранения, и образования), они могут быть пессимистичны в отношении того, что что-то можно предпринять для каких-либо изменений.

Рекомендации: о важности развития либеральной, основанной на правах человека, критики неолиберализма

В казахстанских СМИ заметны дискурсы, направленные против коммерциализации и, хотя очень редко, даже антикапиталистические. Однако не наблюдается какого-либо заметного либерального дискурса (за исключением некоторых аккаунтов в социальных сетях) против неолиберализма. Ключевые фигуры, критикующие капитализм и коммерциализацию функций государства и сферы здравоохранения в Казахстане, по крайней мере, с некоторой настороженностью относятся к либеральным идеям. Однако, современная концепция универсальности прав человека, по сути, является либеральной идеей, которая критически настроена к центральным принципам неолиберального капитализма. Можно утверждать, что существует острая необходимость в развитии дискурсов о праве человека на здоровье, ждущихся на современной концепции прав человека, которые, по своей природе, являются либеральными дискурсами, критикующими неолиберализм. Экономические модели скандинавских стран и значительной части стран континентальной Западной Европы служат хорошим примером того, как можно построить социально ответственное демократическое государство, основанное на рыночной экономике и защите прав человека. Принципы рыночной экономики принимаются и защищаются, но не в вопросах, касающихся безопасности, жизни и достоинства людей.

Данная статья является нормативной. Следовательно, она основана на убеждении, что, во-первых, права человека являются моральными правами; во-вторых, что справедливость – это моральный долг и обязанность; в-третьих, право на здоровье, прежде всего, является одним из фундаментальных прав человека, что также является отражением справедливости. Другими словами, право на здоровье является

одновременно и моральным правом, поскольку оно основано больше, чем все другие соображения, на концепции прав человека (Tasioulas & Vaupena, 2016: 380), и морального долга. Следовательно, если государство не защищает или, по крайней мере, не предпринимает тех действий, которые должно предпринимать для защиты человеческого права своих граждан на здоровье, это государство нарушает права человека и перечит справедливости, или нарушает моральные права и моральные обязанности.

Мой анализ казахстанских СМИ во время пандемии показывает, что дискурс о приоритете концепции прав человека в защите права на здоровье относительно слаб. За исключением единичного случая в Караганде (Журналист, 2020; Муканова, 2020), других случаев, где прослеживался бы дискурс о применении понятия прав человека для защиты права на здоровье, мне не удалось найти. Следовательно, существует необходимость в развитии либеральной, основанной на концепции прав человека, критики неолиберализма (иными словами, критика неолиберализма, основанная на правах человека – это либеральная позиция, которая, выступает против основных идей неолиберализма).

Либеральная позиция, основанная на универсальности прав человека, признает, что неолиберализм, приватизируя и коммерциализируя сферу здравоохранения, ставит под угрозу фундаментальное право человека – право на здоровье. Однако сфера здравоохранения, подобно обороне или функциям полиции, касается непосредственной безопасности граждан, общества и государства. Оборона не является коммерциализируемым сектором, кроме того, никто не посягнет заявить о возможности трансформации судебной системы на рыночные рельсы. Государство предоставляет эти функции, вытекающие из философии (или основных функций) государства, бесплатно (или люди, оплачивая налоги, поддерживают государство в этом). Государство является основным общественным институтом, который берет на себя обязанность по поддержанию безопасности, а в условиях демократического государства оно делает это благодаря социальному контракту с гражданами.

Здоровье – это безопасность человека. Согласно современному пониманию философии государства, которое созвучно с современными представлениями о правах человека, государство должно обеспечить и гарантировать право на здоровье всем своим гражданам, а также базовое медобслуживание и лицам без гражданства. К общей и универсальной системе здравоохранения и образования (в наши дни, по моему мнению, оно должно включать и высшее образование) следует относиться как к судебной системе или обороне, без возможности приватизации или коммерциализации их основных функций. С другой стороны, статус «общественного/государственного» влечет за собой ответственность. Однако «приватизация прерывает связь между процессами принятия решений и гражданами и, следовательно, подрывает политическое участие и лежащее в его основе понятие совместной ответственности» (Dorfman & Harel, 2015: 1). Например, во многих критических материалах в казахстанских СМИ и социальных сетях упоминался низкий уровень функционирования «СК-Фармация» и Фонда социального страхования, и осуждалась практика получения их руководителями неоправданного дохода в период пандемии (и другие многочисленные случаи некомпетентности чиновников, растрата средств и т. д.). Для решения этих проблем необходимы системные и фундаментальные преобразования, которые

должны основываться и разрабатываться в соответствии с социально-демократическими принципами, соответствующие ценностям и принципам современной концепции прав человека, и одновременно предлагающие действенные альтернативы принципам неолиберализма, что особенно важно для сферы здравоохранения и образования.

Если здравоохранение является или становится общественным, то решения государственных (общественных) должностных лиц правильной описать как решения, принимаемые от имени граждан. Следовательно, они должны способствовать политической активности среди граждан. Однако приватизация разрывает связь между политическими решениями и гражданами, что подрывает политическое участие и фундаментальную идею совместной ответственности (Dorfman & Harel, 2015: 1–2).

Либералы, в свою очередь, должны признать, что защита свобод не означает отказ от общественного здравоохранения и образования. Напротив, это результат заботы о фундаментальных правах человека на безопасность и достойную жизнь (которыми обладают все), и речь идет о защите наиболее ценного капитала государства – его людей. Почему расходы на оборону не противоречат свободе граждан, а расходы на всеобщее здравоохранение могут рассматриваться как нарушающие свободы? Пора, особенно либерально настроенным правозащитникам и активистам, перефразируя Томаски (Tomasky, 2020), начать философское противодействие концепциям «приватизация» и «коммерциализация», используемым неолиберализмом. Следуя логике Томаски (Tomasky, 2020), принцип свободы и его интерпретации могут быть использованы против политики неолиберализма по коммерциализации права на здоровье и превращению здравоохранения в «товар». Наши свободы не должны использоваться во вред другим людям (можно утверждать, что частное предпринимательство путем коммерциализации здравоохранения, которое имеет жизненно важное значение для общего благополучия человека, нанесло ущерб благополучию других людей).

Понятие свободы категорически не включает свободу на то, чтобы сделать право на здоровье недоступным для многих посредством его коммерциализации, и, превращая его в средство максимизации прибыли. Коммерциализация здравоохранения заставляет миллионы людей страдать, терять здоровье и даже жизни из-за того, что они не могут позволить себе лечение или лекарства. Более того, государство, под давлением политики неолиберализма вынуждено ограничивать или даже отказываться от одной из своих важнейших функций – обеспечения здоровья населения.

Те, кто рассматривает сферу и систему здравоохранения через призму неолиберального капитализма как средство максимизации прибыли, к тому же, используя государственные средства, подрывают права человека. Вероятно, наиболее опасным последствием распространения неолиберального капитализма является то, что людей заставляют поверить в то, что нет места морали или этике в экономике и политике; более того, жизни человека. Однако, как подчеркивают Сангера и Сатыбалдиева, ученые социальных наук не могут избежать оценочных суждений с точки зрения благополучия, справедливости и честности (Sanghera & Satybalдиева, 2020b: 2).

Казахстанское общество и казахстанская интеллигенция должны более активно участвовать в обсуждениях таких вопросов и концепций, как

права человека, право человека на здоровье, справедливость, социальная справедливость, социальная этика, общественная мораль, общие блага.

Заключение

Все основные документы по правам человека основаны на натуралистической или морально-философской концепции прав человека, которая гласит, что все люди обладают правами человека просто в силу того, что они являются людьми и в силу человеческого достоинства (Liao & Etinson, 2012: 327–328). Идея универсальности прав человека является ответом на угрозы человеческому достоинству со стороны современного государства и рыночной экономики (Donnelly, 2006: 612). В этом контексте и следует рассматривать одно из фундаментальных прав человека – право на здоровье.

В центре нового восприятия государства и общественного здоровья должны быть понятия человеческого достоинства и безопасности в широком смысле. По большому счету, философия государства в наши дни должна основываться на социальной защите, охране здоровья и просвещении населения (доступного для всех образования). По большому счету, права человека, в том числе право на здоровье, которое также является общественным или общим благом, не подлежат приватизации или коммерциализации. Очевидно, что неолиберальный капитализм, провозглашающий коммерциализацию здравоохранения и функций государства, противоречит некоторым аспектам концепции прав человека. Необходимо все называть своими именами, и также очевидно, что «правила рынка не могут определять все».

Кроме того, в исследованиях по правам человека и в международном праве наблюдается сильная тенденция, отстаивающая точку зрения, согласно которой право на здоровье является коллективным правом. Его сторонники требуют принятия более широких мер в области общественного здравоохранения и других общественных мер и в конечном итоге, требуют внедрения права «глобального здравоохранения». В целом, угрозы, создаваемые неолиберализацией праву человека на здоровье, в результате коммерциализации здравоохранения и государственной философии, должны открыто обсуждаться.

Можно констатировать, что неолиберализация или создание неолиберальных институтов в казахстанской системе здравоохранения и закупок лекарств, и общая коммерциализация сферы здравоохранения уже произошли. Однако пандемия в полной мере продемонстрировала все отрицательные стороны коммерциализации здравоохранения и функций государства, о которых на протяжении многих лет в самых разных странах мира говорили ученые и специалисты в таких сферах и науках, как права человека, право, философия, политология, экономика.

Здравоохранение не должно быть коммерциализировано и коммодифицировано, хотя частный сектор медицинских услуг может функционировать для тех, кто может и хочет за это платить. Однако неолиберализм отрицает эту философию, принимая точку зрения, согласно которой здравоохранение можно и нужно коммерциализировать. Неолиберализм угрожает в целом социальным правам, которые являются неотъемлемой частью комплекса прав человека. Они универсальны, неделимы и неотчуждаемы. К сожалению, эти идеи и подобного рода

дискурсы все еще слабы в Казахстане (особенно на казахском языке), что показал наш анализ казахстанских СМИ и социальных сетей в период пандемии.

Казахстанское общество критически настроено в отношении неолиберализации системы здравоохранения, что можно наблюдать, анализируя материалы, опубликованные в медиа, хотя точные концепты и термины могут не использоваться.

Права человека не должны существовать только на бумаге. Права человека должны де-факто влиять на общественную этику и общественную мораль, включая социальные нормы, общественную мораль и формирование уважения к правам человека индивидуальными и коллективными агентами в семье, социуме (Tasioulas & Vayena, 2016: 366). Общее благо социальной этики здорового общества состоит в том, чтобы не спекулировать во время пандемии, не рассматривать здравоохранение как обычный бизнес-сектор для извлечения максимальной прибыли. Серьезный недостаток казахстанской интеллигенции можно увидеть в том, что не было инициировано серьезной дискуссии о негативных сторонах коммерциализации здравоохранения и функций государства за период Независимости. Не только чиновники, создавшие квазигосударственные неолиберальные институты, но и многие казахстанские деятели искусства и лидеры общественного мнения могут рассматриваться в качестве проводников «коммерциализации» сознания, что выходит за рамки данной статьи.

В Казахстане заметна относительная слабость дискурсов о верховенстве концепции прав человека в защите права на здоровье. В конце концов, по сравнению с обилием опубликованных материалов о вызовах пандемии для казахстанского общества, любой может задать вопрос: «Почему так мало говорится о том, что коммерциализация здравоохранения и логика приватизации серьезно угрожают правам человека в Казахстане?» Следовательно, существует необходимость в развитии либеральной критики неолиберализма, основанной на правах человека. Кроме того, дискурсы, основанные на концепции «общие/общественные блага», которая также необходима для защиты права на здоровье, в большей степени неизвестны в Казахстане.

Необходимы дальнейшие исследования для анализа следующих вопросов: «Какое место занимает коммерциализация сознания в культурной этике современного Казахстана?», «Как СМИ в Казахстане обсуждают коммерциализацию сознания?».

Мой анализ казахстанских СМИ показывает, что был серьезный поиск причин страданий людей во время жесткого карантина весной и вспышки коронавируса летом 2020 года. Этот поиск имел одной из целей раскрыть причины спекуляций на рынках товаров и лекарств, неэффективное функционирование медицинских учреждений, низкую подотчетность государственных чиновников. Однако, если смотреть глубже, этот поиск больше касался вопросов, почему социальное государство до сих пор еще не создано, почему общественная ответственность подорвана, почему общественный договор (социальный контракт) между обществом и государством не соблюдается, почему право на здоровье недостаточно защищено? По большому счету, данный поиск касается критической переоценки коммерциализации функций государства и коммерциализации сознания (обе являются неотъемлемыми

признаками неолиберализации). Я надеюсь, что уроки COVID-19 повысят осведомленность общества, политической и интеллектуальной элиты об опасностях коммерциализации сферы здравоохранения и функций государства, а также о важности современной концепции универсальности прав человека для защиты фундаментального права на здоровье. В целом право на здоровье, право на бесплатное (как минимум, доступное) и достойное медицинское обслуживание необходимо защищать на уровне философии прав человека и политической философии, и средства массовой информации должны доносить эти дискурсы обществу.

Список использованной литературы

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

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

34. Liao, M. and Etinson, A. (2012). "Political and Naturalistic Conceptions of Human Rights: A False Polemic?" *Journal of Moral Philosophy*, 9 (3).
35. Martela, F; B. Greve, B. Rothstein; J Saari. (2020). The Nordic Exceptionalism: What Explains Why the Nordic Countries Are Constantly Among the Happiest in the World, <https://worldhappiness.report/ed/2020/the-nordic-exceptionalism-what-explains-why-the-nordic-countries-are-constantly-among-the-happiest-in-the-world/>.
36. McCrudden, C. (2008). "Human Dignity and Judicial Interpretation of Human Rights", *The European Journal of International Law*, 19: 4, 655–724.
37. Moka-Mubelo, W. (2017). *Reconciling Law and Morality in Human Rights Discourse*. Dordrecht: Springer.
38. Nazpary, J. (2002). *Post-Soviet Chaos Violence and Dispossession in Kazakhstan*.
39. Rodriguez, J. P. (2020). *Resisting Neoliberal Capitalism in Chile: The Possibility of Social Critique*. Palgrave Macmillan.
40. Rudzite, Liga. (2018). "Theorizing the Managerialism-Neoliberalism-Development Nexus: Changing Donor Landscapes and Persistence of Practices in Kyrgyzstan." In *Theory and Practice. Formation and Main Features of National Ideologies in Post-Soviet Central*. In *Theorizing Central Asian Politics*. Edited by Rico Isaacs and Alessandro Frigerio. Hampshire: Palgrave Macmillan.
41. Sayer, A. 2018. "Welfare and moral economy. *Ethics and Social Welfare*. 12(1): 20–33.
42. Sanghera, B. (2015). *Unmasking Central Asia's neoliberal judges*. OpenDemocracy. <https://www.opendemocracy.net/en/odr/unmasking-central-asias-neoliberal-judges/>
43. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2018). *Economic development in Central Asia: neoliberal strategies and counter-hegemonic projects*. In: Montgomery, David, ed. *Central Asia in Context: A Thematic Introduction to the Region*. University of Pittsburgh Press.
44. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2020a.) "The other road to serfdom: The rise of the rentier class in post-Soviet economies"
45. Sanghera, B. & Satybaldieva, E. (2020b). "Selling debt: Interrogating the moral claims of the financial elites in Central Asia." *Capital & Class*, 1–24.
46. Soy, Anne. (2020). "Coronavirus in Africa: Five reasons why Covid-19 has been less deadly than elsewhere," BBC, October 7, <https://www.bbc.com/news/world-africa-54418613>
47. Springer, S.; Birch, K. & MacLeavy, J. (eds.) (2016). *The Handbook of Neoliberalism*. NY: Routledge.
48. Tasioulas, J., Vayena, E. (2016). The place of human rights and the common good in global health policy. *Theor Med Bioeth*, 37, 365–382
49. Tomasky, M. (2020). "There's a Word for Why We Wear Masks, and Liberals Should Say It," October 17, <https://www.nytimes.com/2020/10/17/opinion/covid-masks-freedom-democrats.html>.
50. The UN, *Guiding PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS AN INTRODUCTION*, https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/Intro_Guiding_PrinciplesBusinessHR.pdf.
51. Tutumlu, Assel. (2018). "Governmentalization of the Kazakhstani State: Between Governmentality and Neopatrimonial Capitalism". In *Theory and Practice. Formation and Main Features of National Ideologies in Post-Soviet Central*. In *Theorizing Central Asian Politics*. Edited by Rico Isaacs and Alessandro Frigerio. Hampshire: Palgrave Macmillan.
52. UN Habitat. (2003). *The Challenge of Slums: Global Report on Human Settlements*. New York: United Nations.

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

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ОСВЕЩЕНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 В КАЗАХСТАНСКИХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ: СОЗДАНИЕ ИДИЛЛИЧЕСКИХ ФАСАДОВ ИЛИ СЛЕДОВАНИЕ ФАКТАМ?

Ильдар Даминов

Введение

Национальный брендинг является одним из приоритетных направлений правительства любого государства по продвижению страны в глобализированном мире или созданию того, что часто называют имиджем страны. Данная область особенно актуальна для развивающихся стран с вновь зарождающимися региональными амбициями, таких как Республика Казахстан (Marat, 2009). В этом отношении продвижение качественной журналистики и представление информации на английском языке становятся инструментами, имеющими большое практическое значение. Это также способствует укреплению доверия к внешним коммуникациям страны и легитимности ее правительства на международной арене. Примеры таких стран, как Южная Корея, Германия, Япония и Великобритания, демонстрируют, как эффективный подход к внешним коммуникациям через средства массовой информации может способствовать созданию позитивного имиджа страны. Кроме того, качественное освещение событий в медиа приносит репутационные выгоды, которые также могут способствовать росту экономического благосостояния (Kalamova, 2010; Marat, 2009). Тем не менее эффективное и прозрачное освещение крупных проблемных вопросов, таких как пандемия COVID-19, представляет собой серьезное испытание для стратегии внешней коммуникации любой страны, особенно для ее крупных средств массовой информации.

Поскольку появляется все больше примеров новых исследований, посвященных освещению темы COVID-19 в медиа, особенно дезинформации, существует серьезная нехватка исследований по стратегии внешней коммуникации и демонстрированию имиджа страны. Данная научная работа будет способствовать устранению этого пробела в подобных изысканиях на примере Казахстана. Подход, принятый в исследовательской работе (с некоторыми изменениями), потенциально может быть применен к случаям других стран при изучении их внешних коммуникационных стратегий (особенно при рассмотрении контента крупных или связанных с правительством средств массовой информации).

В статье дан анализ того, как казахстанские англоязычные масс-медиа освещали пандемию COVID-19 (т. е. методы освещения), какие нарративы они конструировали и какой образ Казахстана представляли для международной аудитории. Гипотеза статьи относительно

ключевых нарративов заключается в том, что казахстанские масс-медиа попытались позитивно повлиять на восприятие Казахстана в международном медиапространстве, используя различные способы искажения информации. В приведенном ниже разделе обзора литературы представлены некоторые предположения о том, почему средства массовой информации могут исказить ее.¹⁶

С целью проверки гипотезы и ответа на главный вопрос исследования в статье проведен детальный контент-анализ казахстанских англоязычных масс-медиа в период с 15 июня по 15 августа. Результаты и выводы статьи могут способствовать лучшему пониманию общего подхода казахстанских масс-медиа к внешним коммуникациям, а также их прозрачности и надежности. В следующем разделе дано детальное описание основных методов и материалов, которые используются в этой статье.

Методы и материалы

Чтобы достичь целей исследования и проверить гипотезу, в статье использованы следующие методы: (i) вторичное исследование/обзор литературы; (ii) сравнительный контент-анализ; (iii) дополнительные предметные исследования. В то время как сравнительный контент-анализ стал основным методом, используемым в этой статье, два других метода необходимы лишь для его дополнения и обеспечения дальнейшего понимания существующих медиатенденций. Например, метод вторичного исследования/обзора литературы оказался применим для объяснения концепций создания имиджа страны и национального брендинга, а также того, какую роль масс-медиа играют в данных процессах (особенно в отношении легитимации системы правления). Для подтверждения доказательств, представленных в ходе контент-анализа, документ также содержит краткие иллюстративные тематические исследования некоторых статей, опубликованных в казахстанских англоязычных медиа. Каждый из этих методов в следующих подразделах статьи представлен более подробно.

Обзор литературы

Проведенный обзор литературы нацелен на предоставление важных базовых знаний для анализа стратегии внешних коммуникаций Казахстана и стимулирующих факторов масс-медиа, стоящих за

16 Следует отметить, что существует достаточно много исследований, посвященных первоначальному реагированию на COVID-19 в Китае и подходу Пекина к внешним коммуникациям. Возможно, они представляют собой единственное серьезное исключение в этом отношении по состоянию на сентябрь 2020 года. Другие примеры обычно сосредоточены на внутренних, местных уровнях освещения в медиа: см., например, Nwakpu, E. S., Ezema, V. O., & Ogbodo, J. N. (2020). Nigeria media framing of coronavirus pandemic and audience response. Health promotion perspectives [СМИ Нигерии в попытке освещения пандемии коронавируса и реакции аудитории. Перспективы укрепления здоровья], 10(3), 192–199. <https://doi.org/10.34172/hpp.2020.32> for Nigeria; Park H. W., Park S., Chong M. (2020); Conversations and Medical News Frames on Twitter: Infodemiological Study on COVID-19 in South Korea [Диалоги и данные медицинских новостей в Twitter: Инфодемнологическое исследование COVID-19 в Южной Кореи] J. Med. Internet Res. 2020;22(5): e18897 DOI: 10.2196/18897 PMID: 32325426 PMCID: 7202309 for South Korea.

ней. Таким образом, обзор литературы сначала дает теоретические определения концепций имиджа страны/национального брендинга. Он также дает представление о том, как и почему масс-медиа формируют определенные типы сообщений в условиях конкурентных авторитарных режимов. Выводы по обзору литературы дополнили результаты контент-анализа в разделе «Результаты и обсуждение».

Прежде всего в наибольшей степени важно различать концепции имиджа страны и национального брендинга, несмотря на кажущуюся схожесть в их значении. Концепции имиджа страны и национального брендинга не новы, хотя научно обоснованы они были относительно недавно. Ни одно из понятий не имеет общепринятого определения, как это зачастую встречается в социальных науках. Тем не менее ряд исследователей предоставляют неоспоримые доказательства того, что концепция имиджа страны отличается от концепции национального брендинга (Cotirlea, 2020; Kerr & Wiseman, 2013; Kaneva, 2011). Как правило, имидж относится к «...внешней стороне объекта, но часто рассматривается как показатель репутации места или объекта...» (Cotirlea, 2020). Таким образом, в какой-то степени упрощая толкование, этот термин можно интерпретировать как синоним репутации страны (там же).

С другой стороны, национальный брендинг можно определить как «... применение концепций и методов корпоративного маркетинга к странам в интересах повышения их репутации в международных отношениях» (Kerr & Wiseman, 2013: 354). С этой точки зрения, оба понятия связаны, но не взаимозаменяемы. Национальный брендинг представляет собой процесс применения различных методов повышения репутации, направленных на улучшение общего имиджа страны. Однако некоторые казахстанские авторы интерпретируют национальный брендинг как исключительно социально-экономический процесс (Abdrahmanov, 2019), следуя более классическим реалистическим традициям экономического национализма и демонстрации политической власти (Studwell, 2013; Levi-Faur, 1997). Абдрахманов, например, утверждает, что национальные бренды – это транснациональные корпорации (ТНК) или (в более крупном масштабе) социально-экономические бренды. С этой точки зрения, национальный брендинг ограничивается исключительно экономической политикой и протекционистскими усилиями правительства, которые позволяют вырастить национальных чемпионов (то есть ТНК) с целью представления страны на международном уровне (Abdrahmanov, 2019: 179).

Однако этот узкий подход основан на логике, которая может показаться несколько устаревшей в глобализованном мире XXI века. Сегодня имидж страны имеет гораздо больше аспектов: это не только социально-экономическое положение страны, но и культурные и географические бренды, политическая подготовленность, гуманитарные мероприятия, военный потенциал и многое другое. Вот почему национальный брендинг сегодня намного сложнее, чем это было во второй половине XX века. Со стратегической точки зрения вышеупомянутый меркантилистский подход к национальному брендингу также имеет существенный недостаток, заключающийся в игнорировании инструментальной роли, которую масс-медиа и другие социокультурные инструменты играют в кампаниях по национальному брендингу. Существует множество примеров, когда не ТНК, а другие акторы и даже явления формируют национальные бренды, благодаря усилиям национальных и международных информационных

площадок (например, Нобелевские премии в случае Швеции и Норвегии; программа ядерного оружия в случае КНДР; Астана/Нур-Султан как город-бренд Казахстана и др.).

Масс-медиа, которые формируют ключевые нарративы о странах и создают визуализированные образы для внешнего мира, являются важнейшим инструментом национального брендинга (Bolin & Ståhlberg, 2015; Fauve, 2015). Существует много примеров того, как правительства различных государств создают свои собственные общественные международные вещательные компании, например Катар – Al Jazeera («Аль-Джазира»), Германия – Deutsche Welle («Немецкая волна»), Великобритания – BBC, Франция – France 24 («Франция 24»), пытаясь донести свое мировоззрение, укрепить свою репутацию и добиться успеха в общественной дипломатии на международном уровне (Jain & Winner, 2013; Zhang et al. 2017). Правительства нескольких стран Центральной Азии, в том числе Казахстана, активно пытаются наверстать упущенное в области национального брендинга, разрабатывая «...кампании, направленные на формирование международной идентичности» и «... знакомя мир с особенностями своей страны» (Marat, 2009: 1123). Усилия Казахстана по национальному брендингу были в основном сосредоточены на создании имиджа современной страны с благоприятной средой для бизнеса, открытой для международных инвесторов, а также на продвижении Астаны (ныне Нур-Султан) как крупного международного центра (культурного, экономического, финансового и дипломатического).

Это неудивительно, учитывая, что существует множество исследований в этой области, предполагающих, что положительный имидж страны приносит ощутимые экономические выгоды, такие как, например, высокий уровень прямых иностранных инвестиций (Kalamova, 2010; Marat, 2009). Еще одним аргументом, подтверждающим это утверждение, является прямая связь между положительным имиджем страны и ее популярностью среди туристов (Marat, 2009). С практической точки зрения, оба фактора чрезвычайно важны для разностороннего развития зависимой от нефти казахстанской экономики. Наконец, национальный брендинг Казахстана также является личным репутационным проектом для первого президента Казахстана (Нурсултана Назарбаева), который до сих пор играет значительную роль на политической арене Казахстана (там же). Отсюда все отчаянные попытки правительства инвестировать астрономические суммы в грандиозные международные проекты, такие как саммит ОБСЕ 2010 г., Зимние Азиатские игры 2011 г., ЭКСПО 2016 г., а также во всеобъемлющую кампанию в медиа, нацеленную на международную аудиторию.

Позитивное освещение происходящих событий в прессе на английском языке является значительной частью этих усилий, направленных на укрепление авторитетного имиджа страны за рубежом. Первая часть вышеупомянутой медиастратегии – покупать рекламу и статьи в известных западных СМИ, продвигающих имидж страны (например, в *The New York Times*, *The Economist*, *Financial Times* и т. д.). Хотя контент-анализ обнаружил такие примеры и в анализируемый период, эти действия выходят за рамки данного исследовательского проекта¹⁷ (подробнее по теме см. Marat, 2009). Вторая часть этой стратегии направлена на создание качественного контента на английском языке. Это намного

17 См., например, репринтное издание газеты *The Astana Times* от 26.06.2020 из газеты *Washington Times*, крупного консервативного издания США.

более дешевый (по сравнению с покупкой рекламы в *The New York Times*) и более широко используемый подход к укреплению имиджа Казахстана за рубежом.¹⁸

Фокус статьи направлен исключительно на вторую часть описанной стратегии – английский контент, производимый казахстанскими СМИ. Такой контент нацелен на всех иностранцев (включая эмигрантов, проживающих в Казахстане), которые не говорят на казахском или русском языках, поэтому ее охват чрезвычайно широк, но иногда может быть адаптирован для определенных групп, например для инвесторов или международных организаций.

Казахстанские медиа, публикующие статьи и информационные бюллетени на английском языке, находятся под определенным давлением извне, что требует от них предоставления максимально точной информации. Затем эта точность может быть монетизирована и ее можно превратить в ощутимые социально-экономические выгоды. Например, исследовательские группы, работающие с иностранными инвесторами, часто нуждаются в прозрачной, точной и легкодоступной информации о Казахстане на английском языке. То же самое относится к туристам и другим краткосрочным посетителям (особенно учитывая обстоятельства с пандемией COVID-19). Если информация, которую получает эта аудитория, является откровенно ложной, такое предвзятое освещение может нанести серьезный долгосрочный ущерб репутации страны. При этом не следует забывать о том, что некоторые казахстанские масс-медиа все еще могут быть склонны (или принуждены) к искажению информации о Казахстане. Чтобы понять, почему они это делают, необходимо вкратце изучить литературу о роли и функциях медиа в конкурентных авторитарных (смешанных) формах правления, таких как Казахстан.

Хорошо известно, что манипулирование масс-медиа может служить важным инструментом стабилизации политического режима при любом типе авторитарности, но особенно при смешанном (Akhrarkhodjaeva, 2017; Strömberg & Prat, 2013; Stockmann & Gallagher, 2011; Schatz, 2009). Например, отечественные медиа часто используются для пропаганды и манипулирования выборами. Однако инструментализация медиа также может играть важную роль в легитимации политического режима на международной арене (Fauve, 2015; Schatz, 2008). Это особенно актуально для социально-экономически значимых авторитарных форм правления, которые в значительной степени стабильны внутри страны, но не всегда могут подходить для сотрудничества.

Что касается Казахстана, правительство фактически монополизировало все инструменты убеждения и, в частности, ключевые каналы медиасвязи (Schatz, 2008; Jaffe, 2006) с начала 1990-х годов. Через медиа каналы Казахстан может представить себя открытой, динамично развивающейся и успешной страной, утверждает Фов, «образ, который серьезно расходит с авторитарным характером правления» (Fauve, 2015: 110–111). Он также отмечает, что внутренние и международные выступления «рассматриваются как инструменты, способствующие легитимности государства на национальном и глобальном уровнях» (там же). Именно поэтому, по словам Шатца, создание любых серьезных альтернативных нарративов (например, Борат) представляет собой

18 Однако вопрос об эффективности метода в данной статье не обсуждается.

серьезные проблемы для правительства с точки зрения внешней коммуникации.

В случае пандемии COVID-19 казахстанские масс-медиа одновременно сталкиваются с множеством различных нарративов, большинство из которых не могут быть положительными по своей сути. Именно по этой причине освещение в прессе пандемии и ее социально-экономических последствий представляет для них серьезную проблему. С одной стороны, отечественные медиа не могут слишком откровенно освещать негативные последствия пандемии, поскольку их основная функция заключается в укреплении положительного внешнего имиджа и легитимации режима.¹⁹ С другой стороны, существует острая необходимость в предоставлении соответствующим внешним субъектам адекватной информации и, в частности, статистических данных о влиянии COVID-19 на экономическую ситуацию в стране. В список таких участников входят не только туристы и инвесторы, но и представители других правительств, международных организаций и даже местные экспатрианты. Кроме того, публикация искаженной статистики и использование необъективного освещения может привести к серьезному снижению уровня доверия инвесторов (Annamalal et al., 2019: 14–15), что стало бы абсолютным кошмаром для казахстанских элит. Таким образом, чтобы изучить, какие подходы используются казахстанскими англоязычными медиа в этой довольно сложной ситуации, в статье применен метод сравнительного контент-анализа к их публикациям.

Сравнительный контент-анализ

Как было указано выше, для проверки гипотезы, представленной во введении, в статье проводится контент-анализ публикаций трех основных казахстанских англоязычных СМИ (KazInform, The AstanaTimes и KazakhTV). В некоторых случаях в статье сравнивается освещение событий отечественными СМИ с освещением международными СМИ, представленными в Казахстане (Azattyq, EurasiaNet). Данные издания были выбраны для анализа на основе критериев охвата, поскольку эти медиа являются крупнейшими источниками новостей, связанными с Казахстаном, на английском языке в соответствии с их позициями в поиске Google.²⁰ И KazInform, и KazakhTV (дочерняя компания другого влиятельного государственного информационного агентства «Хабар») напрямую контролируются Министерством информации, а The Astana Times является частным медиаизданием (Министерство информации и социального развития Республики Казахстан, 2020 г.). Ключевое различие между KazInform и KazakhTV состоит в том, что первое больше фокусируется на международных новостях, называя себя «международным медиаагентством».

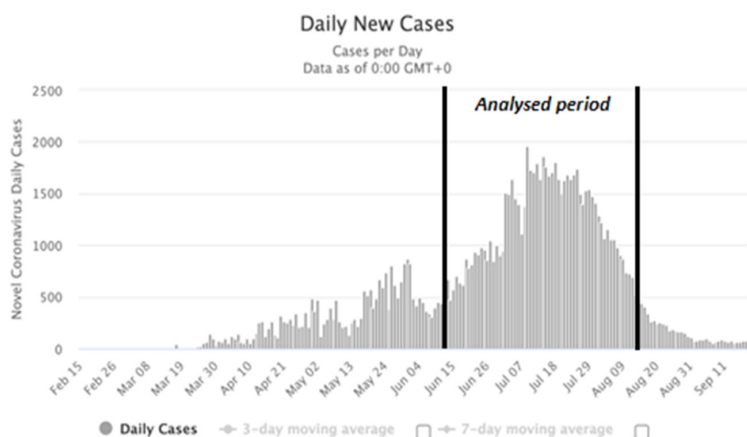
Что касается временного промежутка, исследование сосредоточено на периоде с 15 июня по 15 августа 2020 года, на который пришелся пик пандемии COVID-19 в Казахстане по состоянию на октябрь 2020 года (см. рисунок 1). В то время многочисленные средства массовой информации

¹⁹ Казахстан занял 154-е место (из 180) в мировом рейтинге индекса свободы прессы «Репортеры без границ» за 2020 год.

²⁰ На основе материалов «Новости Казахстана» / «Казахстан» / «Казахские Новости».

называли это «второй волной», поскольку количество случаев заболевания COVID-19 резко возросло в стране ранее (в мае 2020 года).²¹ В данной статье этот термин используется для обозначения указанного периода (без каких-либо эпидемиологических предубеждений).

Рисунок 1. Обозначенный период анализа визуально отмечен на ежедневном графике новых случаев заболевания в Казахстане.



Источник: Worldometers (2020). Ежедневные новые случаи заражения COVID-19 в Казахстане с 15.02.2020 по 18.09.2020; на основе данных ВОЗ, предоставленных правительством.

Как было заявлено выше, в данной работе проанализированы все статьи и информационные бюллетени выбранных казахстанских СМИ за указанный период времени, чтобы сравнить их с международными СМИ, ориентированными на Казахстан. Для эффективного проведения контент-анализа в статье использованы специальные критерии ко всем онлайн-публикациям выбранных изданий в течение указанного периода (таблица 1, см. ниже). Каждый критерий системы анализа был разработан для лучшего понимания специфики публикуемого материала изданиями – не только касательно нарративов (т. е. положительные или отрицательные), но также касательно релевантности, тем, типов публикаций и т. д.

Система анализа применила фильтры к интегрированным публикациям, чтобы лучше понять стратегию внешних коммуникаций казахстанских СМИ с двух точек зрения. Во-первых, это позволит увидеть общий подход к представлению информации в медиа, то есть понять общий нарратив, частью которого является освещение пандемии COVID-19. Во-вторых, это также поможет получить сведения о том, как темы, связанные с COVID-19, освещались в период кризиса.

²¹ См., например, Regnum or Deutsche Welle.

Таблица 1. Система сравнительного контент-анализа и ее ключевые фильтры

Фильтр	Категории фильтров
Тематическое соответствие событиям, происходящим внутри страны	<ul style="list-style-type: none"> – Внутренний, то есть новости о ситуации в Казахстане. – Казахстан в мире, то есть новости, связанные с Казахстаном в международном контексте. – Международный, то есть международные новости²²
Тематическое соответствие пандемии	<ul style="list-style-type: none"> – Связано с COVID-19. – Не имеет отношения к COVID-19.
Качественное содержание	<ul style="list-style-type: none"> – Позитивный, то есть сообщения о позитивных событиях/улучшениях или представлении событий в позитивном свете (например, увеличение доли людей, выздоровевших после COVID-19); также включает представление фактических данных в позитивном свете.²³ – Нейтральный, то есть нарратив не содержит примеров использования экспрессивной лексики, может также относиться к сухому фактическому сообщению (например, краткое описание визита государственного чиновника в определенный регион). Обычно в содержании не используется никаких оценочных суждений. – Негативный, то есть сообщения определенной проблематики или о негативном развитии событий в обществе (например, значительный всплеск числа случаев заражения COVID-19); также включает сообщения, представляющие фактические данные в негативном свете.²⁴
Ключевая тема (применяется только к публикациям, связанным с COVID-19)	Фильтр не определен, тема зависит от публикации. Темы будут сформулированы в виде отдельных категорий (например, выздоровевшие после COVID-19; новые случаи заражения COVID-19; меры экономической помощи при COVID-19; экономические последствия после COVID-19 и т. д.)

22 Относится конкретно к материалам о Казахстане в международном контексте (например, встреча казахстанского министра с министром другой страны во время официального визита). В эту категорию не входят международные новости о других странах (например, казахстанское освещение событий, происходящих в США или Индии).

23 Может быть определен с помощью использования специальных ключевых слов, таких как, например, использование утвердительных глаголов или положительных прилагательных/существительных (например, «щедрая поддержка, оказываемая президентским фондом, обеспечивает устойчивый рост количества рабочих мест в столице республики»).

24 Подобно положительным сообщениям может быть определен с помощью специальных ключевых слов с оттенком критического тона (например, «резкий рост числа случаев заражения коронавирусом вызвал массовую безработицу среди молодежи в соседних странах»).

<i>Фильтр</i>	<i>Категории фильтров</i>
<i>Учебный материал (применяется только к публикациям, связанным с COVID-19)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Образовательный, то есть предоставляет информацию о серьезных изменениях в политике правительства в отношении COVID-19.</i> – <i>Необразовательный, т. е. не предоставляет никакой учебной информации (например, регулярная статистика или события, связанные с международным сотрудничеством по борьбе с COVID-19).</i>
<i>Тип публикации</i>	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Аналитический, т. е. представляет определенную проблему и рассматривает ее первопричины; предлагает возможные объяснения.</i> – <i>Описательный, то есть сообщения о происходящих событиях, просто представляет данные без какого-либо анализа.</i>

Источник: собственная разработка.

В следующем разделе статьи представлены основные результаты анализа собранных данных (доступны в Приложении 1). Особое внимание уделено сравнению нарративов, использованных в отечественных СМИ и международных изданий.

Предметное исследование

Результаты сравнительного контент-анализа представили горизонтальный взгляд на нарративы казахстанских СМИ о пандемии COVID-19 в различных СМИ. Напротив, предметные исследования отдельных публикаций предоставили дополнительную информацию о том, по какому принципу казахстанские СМИ строят такие нарративы; какие методы повествования, сообщения и коммуникации они используют. Для исследования выбрано несколько статей и сводок новостей, чтобы наиболее ярко проиллюстрировать выраженные тенденции, обнаруженные в ходе сравнительного контент-анализа различных изданий. Анализ отдельных случаев (например, статей) не углубленный и использовался в основном в иллюстративных целях с указанием определенных тенденций или особенностей подхода к обмену информацией, используемого казахстанскими медиа.

Результаты и обсуждение

Для наглядного демонстрирования общей картины в этом разделе представлены основные результаты проведенного контент-анализа вместе с результатами анализа отдельных случаев (например, статей). Статья в виде отдельного приложения сопровождается базой данных, содержащей все публикации, а также ссылками на них и некоторыми расчетами.

Сводные данные по количеству проанализированных публикаций представлены ниже – в таблице 2. В ходе исследовательской работы было

проанализировано 2515 публикаций. Следует отметить, что огромный перевес в количестве публикаций в пользу KazInform (1958) произошел из-за редакционной политики издательства KazInform. Неимоверное количество публикаций этого издания объясняется как краткостью статей, так и значительным количеством статей, перепечатанных из других источников без изменений (например, Yonhap, ANSA, TASS, WAM). Кроме того, KazInform по показателям посещаемости и пропускной способности сайта является наиболее читаемым казахстанским СМИ на английском языке,²⁵ что является дополнительным фактором, объясняющим эту цифру.

Таблица 2. Классификация проанализированных СМИ по типам, количеству общих публикаций и публикаций, связанных с COVID-19

СМИ	Тип СМИ	Общее кол-во публикаций на английском языке	Кол-во публикаций, связанных с COVID-19
 THE ASTANA TIMES	Внутренний	162	65 (40%)
 kazinform	Внутренний	1958	977 (50%)
 KAZAKH TV	Внутренний	329	176 (53%)
 Азаттық Радиосы	Международный	39	26 (66%)
 eurasianet	Международный	26	13 (50%)
ВСЕГО		2514	

Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа.

Как видно из приведенной выше таблицы, по относительной частоте публикаций статей, связанных с COVID-19, все СМИ остаются примерно в одном коридоре: 40–60% от общего их количества. Столь высокая доля публикаций, связанных с COVID-19, вполне объяснима, учитывая тот факт, что в исследуемом периоде в Казахстане наблюдался всплеск случаев заболевания. Однако уровень внимания, уделяемого ситуации с COVID-19 внутри страны, в Казахстане или в регионе (например, в Центральной Азии, ЕАЭС), очень сильно отличался в этих пяти СМИ, как показывают дальнейшие данные из таблицы 3. В то время как международные СМИ, работающие с Центральной Азией в целом и с Казахстаном в частности, вполне определенно имели стопроцентную долю освещенности событий по ситуации с COVID-19, ситуация же в казахстанских СМИ несколько отличалась.

Особенно интересна ситуация с KazInform, который опубликовал наибольшее абсолютное количество соответствующих тематике статей за указанный период – 977, что намного больше, чем у всех других СМИ, вместе взятых (из-за большого количества публикаций в целом). При этом его доля статей, связанных с COVID-19 в Казахстане, была самой низкой, так как в большинстве своем издание публиковало статьи по ситуации с COVID-19 в других странах.

²⁵ KazInform набирает около 79 920 000 просмотров в год, при этом KazakhTV занимает второе место примерно с 2 016 000 просмотрами, а The Astana Times – около 500 000 просмотров по данным инструмента PR CY по состоянию на октябрь 2020 г. Данные доступны по адресу: <https://a.pr-cy.ru/tools/traffic/>

Таблица 3. Классификация общих публикаций и публикаций, связанных с COVID-19, по виду СМИ.

	Казахстанские СМИ			Международные СМИ	
СМИ					
Количество публикаций по COVID-19	65	977	176	26	13
Количество публикаций, связанных с COVID-19, о ситуации в Казахстане или в регионах, где присутствует Казахстан	65	665	157	26	13
Доля	100%	68%	89%	100%	100%

Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа.

Общее освещение событий

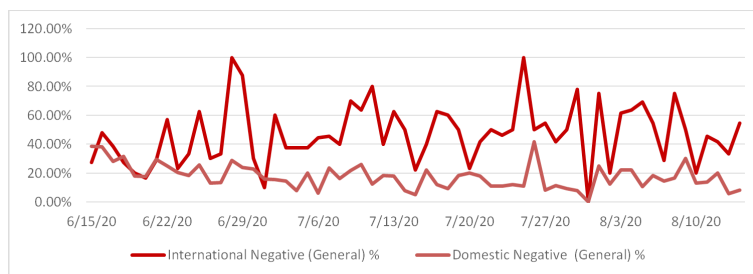
Казахстанские медиа не очень преуспели в сообщениях о каких-либо спорных проблемах в казахстанском обществе из-за чрезвычайно низкого рейтинга в индексе свободы прессы, как было упомянуто в предыдущем разделе. Это четко прослеживается в результатах анализа медиаконтента (поскольку фильтр показателей качества применялся как к публикациям, связанным с COVID-19, так и к публикациям общенаправленной тематики). В целом репортажи казахстанских медиа содержат только 23 % негативного содержания/типа сообщений (например, освещение различных социальных проблем; обсуждение их последствий; анализ их потенциальных причин и способов их предотвращения). К сравнению: в проанализированных международных СМИ эта цифра составляет 72 %.

Что могут означать эти расхождения в процентном соотношении? Следует отметить, что высокое процентное соотношение негативных сообщений в общем освещении происходящих событий не обязательно означает, что определенные медиа пытаются подорвать имидж страны на международном уровне. Напротив, относительно большое количество публикаций, в которых обсуждаются различные социальные проблемы, является признаком здоровой медийной культуры в стране. Это означает, что СМИ пытаются представить своей аудитории больше аналитического контента и подтолкнуть ее к более активному обсуждению существующих проблем и способов их решения.

Основываясь на результатах обзора литературы в данной работе, можно предположить, что одной из основных причин такого низкого уровня соотношения негативных сообщений к позитивным в казахстанских СМИ является нежелание СМИ представлять какие-либо внутренние проблемы на обозрение международной аудитории. Вместо этого, как ясно показывают результаты контент-анализа, казахстанские СМИ предпочитают уделять больше внимания проблемам и вопросам, возникающим на международном уровне. Как видно из рисунка 2, негативное освещение международных событий – это постоянная тенденция на протяжении всего анализируемого периода. Ее цель может состоять в том, чтобы потенциально отвлечь внимание читателя

от оценки реальных проблем в Казахстане (в частности, в контексте проблемы COVID-19, см. следующий подраздел). Например, в целом ряде публикаций в международных изданиях, в отличие от казахстанских СМИ, обсуждаются как внутренние, так и международные политические проблемы (например, вопросы китайско-казахстанских отношений; аресты политических и гражданских активистов и т. д.). Однако казахстанские СМИ практически игнорировали подобные темы (как в освещении общих тематик, так и в родственных с COVID-19), скорее всего, из-за политической деликатности данных вопросов.

Рисунок 2. Сравнительный анализ процентного соотношения негативных сообщений в общем освещении внутренних и международных событий казахстанскими СМИ (The Astana Times, KazakhTV, KazInform)



— Международный уровень, негативные сообщения (общественное освещение) %
 — Внутренний уровень, негативные сообщения (общественное освещение) %

Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа (данные представлены в процентном соотношении публикаций).

Очевидным является и то, что крайне низок уровень аналитического контента во всех трех проанализированных СМИ – примерно 0,6 % (при этом некоторые из них даже не являются собственными публикациями издания; например, статья монгольского издания MONTSAME «Правление Его светлости Коронавируса, или COVID-19», которую перепечатал KazInform). Средний объем публикации казахстанского издания обычно колеблется в диапазоне 250–400 слов (приблизительное значение). С другой стороны, очень резко этим цифрам противопоставлены международные медиа, которые содержат примерно 24 % аналитического контента, а средний объем их публикаций составляет примерно 500–700 слов.

Наконец, казахстанские медиа демонстрируют относительно высокое процентное соотношение нейтрального контента во всех проанализированных СМИ (30 % в отечественных СМИ против 18 % в международных СМИ). Как определено в рамках контент-анализа, такие нейтральные публикации обычно содержат описательную информацию о новых политических назначениях, встречах между различными должностными лицами, а также общие ежедневные хроники (например, прогноз погоды, основные события, происходящие в Казахстане). Несмотря на то, что нельзя недооценивать необходимость подобного контента, подобное явление может служить еще одним свидетельством нежелания казахстанских СМИ обсуждать основные социальные

проблемы. Создание слишком большого количества описательного «нейтрального» контента также может привести к созданию «белого шума» вокруг социальных проблем.

Освещение тематики COVID-19

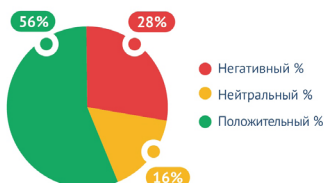
Выделив ключевые особенности освещения общенациональных событий казахстанскими медиа, переходим к анализу освещения ими темы пандемии COVID-19. Для этого в статье применены качественные показатели в рамках контент-анализа (таблица 1) ко всем публикациям, связанным с ковид, сделанными всеми пятью выбранными СМИ. Это привело к обнаружению нескольких довольно интересных тенденций, особенно в отношении моделей освещения событий и нарративов, формируемых в медиа.

Во-первых, как наглядно демонстрируют два изображения ниже, существует резкая разница в подходах к распространению информации, применяемых казахстанскими и международными СМИ о ситуации в Казахстане. Казахские СМИ кажутся излишне «оптимистичными» в освещении пандемии, особенно с учетом того факта, что анализируемый период включает пик заболеваемости. Если количество негативных сообщений, отражаемых казахстанскими СМИ составляет всего 28 % (не отклоняется от общей тенденции освещения), то для международных СМИ эта цифра составляет 67 %. Это первый потенциальный индикатор того, что казахские СМИ пытаются занижать значение основных проблем, связанных с пандемией.

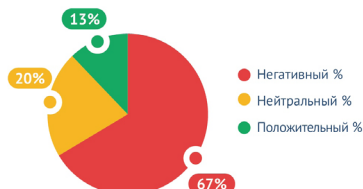
Во-вторых, в статье было исследовано предположение о том, что казахские медиа используют две разные стратегии для внутреннего и международного освещения проблем, связанных с COVID-19. Для этого были применены дополнительные критерии, чтобы наглядно показать различие между публикациями о ситуации с COVID-19 внутри страны и за рубежом. Это предположение, как и ожидалось, было подтверждено материалами ленты новостей.

Рисунок 3. Процентное соотношение качественных показателей контента в сообщениях казахстанских (например, The Astana Times, KazInform, KazakhTV) и международных СМИ (например, Azattyq и EurasiaNet) о ситуации с COVID-19 в Казахстане

Качественное соотношение информации казахстанских СМИ по тематике пандемии COVID-19 в Казахстане (по типу сообщения)



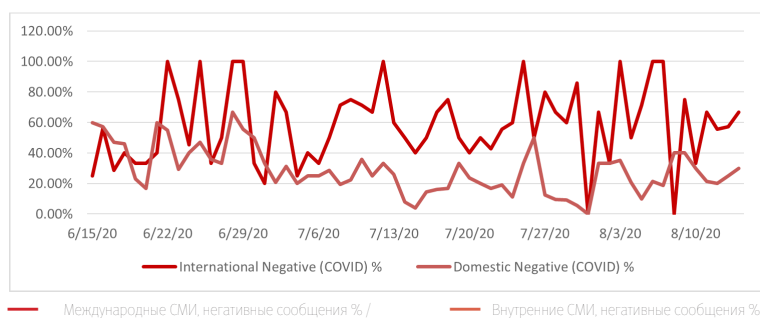
Качественное соотношение информации международных СМИ по тематике пандемии COVID-19 в Казахстане (по типу сообщения)



Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа.

Если проанализировать ее сквозь призму негативных сообщений о международной ситуации в казахстанских публикациях в течение указанного периода, лента новостей показывает, что доля негативного освещения ситуации с COVID-19 на международной арене была намного очевиднее, чем внутри страны (см. рисунок 4). Так было практически весь анализируемый период. Что еще более интересно, поскольку пик заболеваемости COVID-19 в Казахстане пришелся на первую половину июля, казахстанские СМИ меньше сообщали о проблемах, связанных с пандемией внутри страны в данный период, чем в конце июня. Однако негативная составляющая новостной ленты международной ситуации осталась такой же категоричной, как и в конце июня. Например, сообщения о новых случаях заболевания в Казахстане в июле всегда подавались вместе с ростом статистики заболевания или случаев смерти от COVID-19 в Иране, Японии (в частности, в Токио), Италии и Соединенных Штатах Америки.

Рисунок 4. Сравнительный анализ процентного соотношения негативных сообщений в публикациях, связанных с COVID-19, на отечественной и международной аренах в казахстанских СМИ (The Astana Times, KazakhTV, KazInform)



Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа (данные представлены в процентном соотношении публикаций).

Несмотря на то, что нет никаких доказательств того, что сообщения о новых случаях заболевания в этих странах были мотивированы злым умыслом, может показаться несколько подозрительным, что казахстанские СМИ проявили такой активный интерес к ситуации с COVID-19 в этих случайно выбранных странах, которые не являются даже ближайшими соседями или партнерами Казахстана. В целом, казахстанские СМИ сообщают о новых случаях заболевания в других странах почти так же активно, как и о новых случаях заболевания дома (более подробную информацию см. в таблице 4).

Более подробная классификация публикаций, связанных с COVID-19, в разных СМИ помогает лучше проследить некоторые тематические тенденции, которые были выявлены в процессе контент-анализа. В таблицах ниже (таблицы 4 и 5) представлены 10 наиболее часто упоминаемых тем в освещении COVID-19 казахстанскими и международными СМИ.

Таблица 4. Анализ наиболее упоминаемых тем в освещении COVID-19 в казахстанских СМИ (по типу СМИ)

#	Освещаемые темы	Kazakh TV	KazInform	The Astana Times	Общее
1	Ослабление пандемии	30	139	12	181
2	Число новых случаев заболевания	30	108	-	138
3	Число новых случаев заболевания (внешний)	9	105	-	114
4	Число выздоровевших	13	84	-	97
5	Правительственные ограничения	8	71	9	88
6	Позитивное социально-экономическое развитие	15	27	12	54
7	Вакцина	4	42	1	47
8	Смерти от COVID-19	2	44	-	46
9	Ослабление пандемии (внешний)	1	40	-	41
10	Негативное социально-экономическое развитие (внешний)	7	30	-	37

Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа.

Таблица 5. Анализ наиболее упоминаемых тем в освещении COVID-19 в международных СМИ о Казахстане (по типу СМИ)

№	Освещаемые темы	Eurasia Net	Radio Liberty / Azattyq	Общее
1	Негативное социально-экономическое развитие	3	7	10
2	Неэффективное управление мерами по предотвращению распространения COVID-19	5	3	8
3	Правительственные ограничения	2	6	8
4	Положительное социально-экономическое развитие	1	3	4
5	Фейковые новости	-	2	2
6	Рост числа заболевания среди высокопоставленных чиновников	1	1	2
7	Негативные политические события	-	2	2
8	Политика памяти COVID-19	1	-	1
9	Смерти от COVID-19	-	1	1

№	Освещаемые темы	Eurasia Net	Radio Liberty / Azattyq	Общее
10	Количество новых случаев заболевания	-	1	1

Источник: собственные расчеты по результатам контент-анализа.

В-третьих, мы видим, что казахстанские СМИ, как и при общенациональном освещении (т. е. освещении, не связанным с пандемией), использовали ту же стратегию: занижали серьезность проблем, когда необходимо было их признать. О некоторых негативных проблемах (например, негативном влиянии COVID-19 на занятость населения; статистических манипуляциях; последствиях кризиса для финансовой системы) сообщалось, но не всесторонне. Например, в одной из своих самых кратких публикаций «Правительство намерено определять статистику по пандемии, президент Казахстана», KazInform косвенно упоминает горячо оспариваемую проблему искаженной статистики: «Все данные о ситуации с пандемией, независимо от того, насколько они печальны, должны быть на виду. Чем больше прозрачности и взаимного доверия, тем быстрее мы справимся с этой катастрофой», – говорится в аккаунте Касым-Жомарта Токаева в Твиттере. Хотя в статье прямо не говорится о проблеме занижения сведений, в ней имеется смутное упоминание о ее существовании.

В сочетании с другой явной тенденцией пристального внимания к внешним позитивным сообщениям, особенно в отношении восстановления экономики и социально-экономического потенциала Казахстана, это формирует нарратив, описанный в статье как «сильное и стабильное правительство». Огромное количество статей, связанных с темой мер по ослаблению последствий пандемии, очень показательно в этом отношении (включая отчеты об усилиях правительства по поддержке финансовой системы; сокращению безработицы; выплате социальных пособий; организации благотворительной деятельности). Цель данного нарратива – продемонстрировать стабильность в стране, донести до общественности месседж о том, что ситуация находится под контролем. Освещение событий направлено на повышение внешнего доверия к правительству (в том числе со стороны инвесторов, правительств соседних стран и международных организаций). Такие попытки подкрепляются более сдержанными нарративами, такими как гуманитарные усилия Казахстана, любая похвала или одобрение в отношении Казахстана от международных организаций и правительств других государств. Предметное исследование статьи под названием «ВОЗ призывает страны последовать примеру Казахстана» весьма показателен. Несмотря на броский заголовок, в статье просто сообщалось о заявлении регионального директора по чрезвычайным ситуациям Европейского регионального бюро ВОЗ: «Доктор Ницан поблагодарила Казахстан за согласие тестировать пациентов без симптомов пневмонии на COVID-19 в справочно-информационных лабораториях ВОЗ, что, по ее словам, будет рекомендовано другим странам в аналогичных ситуациях...» Подобные подходы можно увидеть и в нескольких других примерах, таких как, например, у доктора Ханса Клютге, директора Европейского

регионального бюро ВОЗ, или Дональда Трампа, президента США.²⁶

В-четвертых, были отмечены регулярные попытки представить многие признанные проблемные вопросы в искаженном виде. Несмотря на то, что это не было четко выражено во всех средствах массовой информации, это относилось к освещению отдельных тем в определенных средствах массовой информации. Например, во время пика заболеваемости COVID-19 в Казахстане KazInform начал сообщать о так называемой «COVID-19-подобной пневмонии», данная версия основывалась на разделении случаев COVID-19 и пневмонии, как было предложено правительством. Этот шаг правительства подвергся резкой критике со стороны организаций гражданского общества Казахстана, которые утверждали, что правительство пытается значительно снизить количество случаев заболевания. Однако, как показывает база данных, KazInform продолжил сообщать о «случаях пневмонии, похожей на COVID-19», несмотря на общественный резонанс, а международные СМИ (например, Azattyq и Eurasia Net) даже не стали поднимать этот вопрос. В начале августа ВОЗ положила конец этому противоречию, объединив «загадочные» случаи пневмонии со случаями COVID-19 в Казахстане на своем официальном сайте (WHO, 2020). Тем не менее в течение почти месяца такой подход к подсчету случаев заболевания COVID-19 помогал чиновникам снизить неприятно высокие цифры, что позволило поддерживать нарратив о том, что правительство полностью контролирует эпидемиологическую ситуацию.

В-пятых, еще одна тенденция заключалась в том, что некоторые темы полностью игнорировались казахстанскими СМИ. Это прежде всего относилось к политически чувствительным темам (например, сведения об активистах, критикующих правительство; коррупционные скандалы; неэффективное управление мерами по предотвращению распространения COVID-19). Учитывая, насколько серьезной была ситуация с резким всплеском случаев COVID-19 в Казахстане в течение анализируемого периода, неудивительно, что международные медиа активно освещали различные социальные проблемы, связанные с распространением вируса. К ним относятся, например, случаи серьезной нехватки лекарств; коррупционные скандалы в сфере здравоохранения; основные негативные социально-экономические последствия пандемии для населения.²⁷ Отмечая отсутствие каких-либо подобных сообщений в отдельных казахстанских СМИ, можно утверждать, что они либо явно игнорировали эти проблемы, либо пытались представить внешнему миру искаженное представление о ситуации внутри страны. Предметные исследования отдельных публикаций могут служить отличным наглядным примером. Например, полностью проигнорировано событие чисто политического

26 См., например: Kluge commends Kazakhstan for testing probable COVID-19 patients in WHO referral labs; Trump praises President Tokayev for rapid steps taken to combat COVID-19 in Kazakhstan [Клуге благодарит Казахстан за тестирование потенциальных пациентов с COVID-19 в информационно-справочных лабораториях ВОЗ; Трамп похвалил президента Токаева за быстрые шаги, предпринятые в борьбе с COVID-19 в Казахстане].

27 См., например: Kazakhstan: Medical app mired in corruption scandal; 'No Beds, No Medicine, No Doctors': Coronavirus Leads To Shortages, Price Gouging In Central Asia; Kazakhstan: Grieving families count human cost of coronavirus [Казахстан: Медицинское руководство погрязло в коррупционном скандале; «Нет кроватей, нет лекарств, нет врачей»: коронавирус ведет к дефициту, взвинчиванию цен в Центральной Азии; Казахстан: Скорбящие семьи считают, среди прочих, человеческие потери от коронавируса].

характера – арест Альнура Ильяшева (политического активиста).²⁸ Ни массовый скандал, развернувшийся вокруг него из-за критики реакции правительства на COVID-19 в социальных сетях, ни последовавший за ним судебный процесс даже косвенно не упоминались ни в одном из местных СМИ. Другой пример: скандал, разразившийся в результате фейерверка во время пика пандемии 6 июля в Нур-Султане. KazInform, The Astana Times и KazakhTV просто проигнорировали этот вопрос, но его быстро подхватили международные СМИ. Огненное зрелище, которое должно было ознаменовать День столицы (и неофициально – 80-летие экс-президента Н. Назарбаева), было описано Eurasia Net как «пир во время чумы» в статье «Казахстан: пиршество в Нур-Султане вызывает гнев по мере обострения коронавирусного кризиса».

Как и в случае с общеностным освещением, любые статьи, даже косвенно относящиеся к социальным проблемам, затмеваются массой других позитивных и нейтральных сообщений (например, связанных с ослаблением пандемии или позитивными социально-экономическими изменениями). В качестве примера, наиболее часто упоминаемой проблемной темой, как видно из таблицы 4, было обновление статистики по ежедневному количеству случаев заражения COVID-19. Однако такая информация не имела аналитического содержания, а представляла собой исключительно краткие сводки новостей. Не следует забывать, что в рамках общих сводок новостей эти темы тонули в море нейтральных и позитивных сообщений.

Наконец, более позитивным моментом является обязательное присутствие инструктивных материалов в казахстанских СМИ. Это означает, что средства массовой информации регулярно рассказывали о новых правительственных ограничениях (например, о деловых операциях, международных и внутренних поездках, а также о правилах использования защитных масок, о проведении общественных собраний и т. д.). Из 60 дней анализируемого периода казахстанские СМИ публикуют обновления по данной тематике 46 дней, то есть практически каждый рабочий день. Подобные регулярные обновления особенно важны для сообществ экспатриантов, проживающих в Казахстане, и для иностранных компаний/лиц, работающих в стране. Некоторые из этих материалов также были посвящены разоблачению сфальсифицированных новостей о неэффективных методах лечения COVID-19 (например, «Чудодейственное лекарство от коронавируса: эксперт развеивает популярные мифы» на телеканале KazakhTV). При этом были и некоторые статьи с довольно сомнительным содержанием, которые иногда сопровождалась и более информативными статьями. Например, невинный доклад под названием «Казахи обращаются к традиционным напиткам для борьбы с инфекциями», в котором хвалят и рекламируют традиционный казахский напиток из кобыльего молока как средство укрепления иммунной системы, действительно выглядел несколько несуразным в условиях борьбы с вирусом, от которого, по состоянию на июль 2020 года, не было найдено эффективного лечения.

²⁸ См. например: Kazakh Activist Convicted Of Criticizing Government's Coronavirus Response [Казахстанского активиста, осужденного за критику правительственной реакции на коронавирус].

Заключение

Проведенный выше анализ подтверждает гипотезу, выдвинутую в начале статьи. Анализ показывает, что есть существенные доказательства в поддержку утверждения о том, что англоязычные казахстанские СМИ пытались положительно преобразить восприятие Казахстана в международном медиапространстве, искажая сведения о пандемии COVID-19 во время ее второй волны (с середины июня до середины августа). Что еще может показаться странным, так это то, что они пытались сделать это, несмотря на разгорающиеся в стране социально-экономические и эпидемиологические проблемы. При этом средства массовой информации в основном сосредоточились на передаче двух нарративов, используя множество различных методов.

Во-первых, занижая степень серьезности проблемы и преимущественно позитивно освещая ситуацию, казахстанские СМИ распространяли нарратив о «сильном и стабильном правительстве» (то есть о правительстве, которое держит все под контролем). Внутри страны медиа уделяли много внимания мерам по оказанию помощи при пандемии, организованных правительством, без реального анализа их эффективности и действенности. Более того, казахстанские СМИ также игнорировали некоторые политически деликатные темы (например, аресты и судебные процессы против активистов оппозиции; коррупционные скандалы в области общественного здравоохранения), вместо того чтобы сообщать о них честно и открыто. Наконец, в некоторых случаях, когда проблемы были слишком очевидны, чтобы их игнорировать (например, вопросе о манипуляции статистикой), казахстанские СМИ вынужденно признали их, но представили их очень кратко и в менее противоречивой манере. Другими словами, отечественные СМИ прибегли к методу искажения информации (например, сообщали о предполагаемых случаях «пневмонии, подобной COVID-19», вместо того чтобы признать серьезность проблем общественного здравоохранения, вызванных пандемией).

Во-вторых, вещание, в которое вплетена искаженная информация, можно назвать нарративом «глобального кризиса». Казахстанские СМИ, признавая определенную часть негативных последствий пандемии, постоянно подчеркивали, что проблема COVID-19 очень серьезно (если не сказать, более серьезно) ударила и по другим странам. Отсюда большое количество сообщений о смертях и новых случаях заболевания в таких странах, как Япония, Иран и США. Этот нарратив в значительной степени подкреплен сообщениями о международной ситуации с COVID-19 в негативном свете по сравнению с ситуацией в стране. Такой нарратив был направлен на то, чтобы преуменьшить серьезность проблемы внутри страны, показывая, что ситуация в Казахстане, хотя и не самая лучшая, но схожа с ситуацией во многих других странах.

Более общее наблюдение относительно качества всех типов публикуемого контента заключается в том, что очень большая доля (99 %) публикаций казахстанских СМИ носит описательный, а не аналитический характер, что может послужить поводом для беспокойства. Это беспокойство еще более усиливается тем фактом, что KazInform заимствует часть публикаций из других источников (в статье не указано точное количество, поскольку этот вопрос выходит за рамки анализа). Хотя казахстанские СМИ проделали неплохую работу, освещая политику правительства в вопросе по предотвращению распространения

COVID-19, они в значительной степени не смогли проанализировать причины и последствия пандемии внутри страны. В целом определенно есть возможности для улучшения качества контента во всех трех проанализированных СМИ.

Как показал анализ при обзоре литературы, могло быть несколько причин, по которым казахстанские СМИ могли быть заинтересованы в искаженном представлении внутренних новостей для внешнего мира. Наиболее вероятная причина заключается в том, что качественно положительный перекокс во внешних сообщениях влияет на стратегию легитимации режима на международной арене (то есть на стратегию публичной дипломатии авторитарных режимов). Несмотря на то, что мотивация и доводы СМИ, стоящие за таким освещением, все еще могут быть открыты для дальнейшего обсуждения, этот анализ ясно показывает, что использование различных методов предвзятого освещения является серьезной проблемой в казахстанских СМИ. Хотя международные наблюдатели, вероятно, привыкли к пристрастному или искаженному освещению политических событий в Казахстане, точные отчеты о социально-экономических событиях всегда были важны для укрепления доверия иностранных инвесторов, международных организаций и правительств других государств. Использование таких непрозрачных методов, как умаление значимости сведений, искажение информации и чрезмерное количество позитивных сообщений, создает неточное представление о реальной социально-экономической ситуации в стране и подрывает то небольшое доверие, которое сохраняется к крупным казахстанским СМИ за рубежом.

Список использованной литературы

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

- Tenth World Congress (Econometric Society Monographs, pp. 135-187). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9781139060028.004
19. Schatz, Edward. (2008). 'Transnational Image Making and Soft Authoritarian Kazakhstan.' *Slavic Review*, 67(1), 50-62. doi:10.2307/27652766
20. Schatz, Edward. (2009). 'The Soft Authoritarian Tool Kit: Agenda-Setting Power in Kazakhstan and Kyrgyzstan.' *Comparative Politics*, 41(2), 203-222. Retrieved October 16, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/40599210>
21. Stockmann, Daniella & Gallagher, Mary E. (2011). 'Remote Control: How the Media Sustain Authoritarian Rule in China.' *Comparative Political Studies*, 44(4), 436-467. <https://doi.org/10.1177/0010414010394773>
22. WHO (2020). Kazakhstan: Covid-19 INT, Country Profile. <https://covid19.who.int/region/euro/country/kz>. Last accessed: 17.10.2020.
23. Worldometers (2020). Kazakhstan Coronavirus cases. <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/kazakhstan/>. Last accessed: 17.10.2020.
24. Zhang, T. et al. (2017). 'Agenda-Building role of state-owned media around the world: 2014 Hong Kong protest case.' *Journal of Public Relations Research*, 29(5), 238-254.
25. Database of the articles analysed (15.06.2020-14.08.2020), Google Drive. https://drive.google.com/file/d/1vV-NtSXSegX8NLXNnSuZB08B!ToV5_2j/view?usp=sharing. Last accessed: 18.10.2020:

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА И УСПЕШНОСТЬ РЕЧЕВЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ ДИСКУРСА 42 500 ТЕНГЕ В КОНТЕКСТЕ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ БРИФИНГОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Анна Климченко

Введение

В середине марта 2020 года на территории всей Республики Казахстан было введено чрезвычайное положение. Карантин негативно повлиял на все сферы общественной жизни, включая и рынок труда: субъекты малого и среднего бизнеса были вынуждены приостановить работу, из-за чего сотни тысяч казахстанцев оказались в непросто финансовом положении. Общественно-политическая газета «Литер» писала, что «из-за карантина и введенных властями ограничений пострадали более 800 тысяч предприятий. 10 % из 1,3 миллиона компаний находятся на грани банкротства» (Мамырханова, 2020).

В своем заявлении от 31 марта 2020 года Президент страны Касым-Жомарт Токаев в качестве поддержки населения поручил назначить дополнительные социальные выплаты в связи с потерей дохода в период чрезвычайного положения. Сумма этих выплат равнялась размеру одной минимальной заработной платы, что составляет 42 500 тенге. По сообщению Министерства труда и социальной защиты населения Республики Казахстан, на 1 сентября было принято более 2 млн 607 тыс. уникальных заявлений на назначение этой социальной выплаты. Только за август заявку на получение 42 500 тенге подал каждый седьмой казахстанец. Неудивительно, что среди населения одним из самых значимых предметов обсуждений за последние полгода стал дискурс 42 500 тенге.

В настоящем исследовании под «дискурсом 42 500 тенге» мы будем подразумевать политический дискурс, выдвигаемый в рамках регулярно проводимых пресс-конференций представителей Министерства труда и социальной защиты населения на информационной площадке «Служба центральных коммуникаций при Президенте Республики Казахстан», которые включают в себя заявления министров об условиях и правилах получения этой социальной выплаты. Компоненты дискурса 42 500 тенге идентичны структурным компонентам политического дискурса (подробнее об этом идет речь в следующем разделе статьи). Исходя из этого, при разборе прагматических аспектов дискурса 42 500 тенге мы опираемся на уже определенные лингвистические характеристики политического дискурса.

За последние десятилетия появились множество работ, посвященных вопросам изучения политического дискурса (Грачев, 2004; Паршина, 2007; Генералова, 2010; Кузьмина, 2011; Халатян, 2011; Семкин, 2012;

Никифорова, 2014; Teravčević, 2014; Рюкова и Филимонова, 2016; Стригина и Лазарев, 2017; Звада, 2018). Несмотря на это, лингво-прагматические особенности дискурса 42 500 тенге остаются неизученными. Настоящее исследование нацелено на определение прагматических особенностей дискурса 42 500 тенге в контексте брифингов представителей Министерства труда и социальной защиты населения в Службе центральных коммуникаций.

Целью политического дискурса Семкин (2012: 95) определяет «направленное воздействие на аудиторию, с тем чтобы сформировать у нее определенные взгляды, мнения, отношения». Аналогичные установки можно наблюдать и в рамках правительственных брифингов в период чрезвычайного положения: за информационной составляющей скрывается внушение атмосферы спокойствия в обществе. Представители органов государственной власти должны быть заинтересованы в оценке успешности общения с гражданами, с одной стороны, для повышения доверия людей к представителям власти, а с другой стороны, как минимум, для отслеживания общественных настроений населения и предупреждения массового недовольства. В нашем случае презентация эффективности государственной политики происходит через дискурс 42 500 тенге. С помощью анализа комментариев казахстанцев к записям брифингов, выложенных на официальном YouTube-канале «Хабар 24», представилось возможным изучить успешность речевых воздействий данного дискурса.

Статья начинается с описания характеристик политического дискурса и обоснования принадлежности к нему дискурса 42 500 тенге. Во второй части дается методология исследования. Следующая часть презентует результаты анализа и выявляет прагматические особенности дискурса 42 500 тенге наряду с соотношением целей воздействия адресантов и вызванного перлокутивного эффекта. Наконец, заключение представляет собой краткое изложение специфики дискурса 42 500 и успешность его речевых воздействий, выявленных в ходе настоящего исследования.

Дискурс 42 500 тенге: определения и базовые характеристики

В первую очередь следует конкретизировать понятия политической коммуникации и политического дискурса, поскольку именно с ними мы отождествляем дискурс 42 500 тенге в этой работе.

Несмотря на тесную взаимосвязь политической коммуникации и политического дискурса, они приобрели несколько различные толкования. Шварценберг (1992: 174) определяет политическую коммуникацию как «процесс передачи политической информации, посредством которого она циркулирует между различными элементами политической системы, а также между политической и социальными системами». Ученый поясняет, что данный процесс обмена политической информацией осуществляется между индивидами и группами на всех уровнях. Грачев (2004: 288) также описывает политическую коммуникацию как «процесс информационного воздействия и взаимодействия в сфере политики», который характеризуется направленностью на поддержание и развитие связей между субъектами политики в рамках эффективного политического руководства обществом. Кузьмина, с другой стороны, интерпретирует

политический дискурс следующим образом: «Политический дискурс – это способ толкования социальной реальности в ключевых терминах политики (прежде всего власти). Политический дискурс представляет собой определенный вид практической речевой деятельности, структурированный соответствующими текстами (понятиями, концептами) и обслуживающий политические процессы» (2011: 55). Позиция Кузьминой заключается в том, что политическая коммуникация осуществляется непосредственно при помощи политического дискурса, служащего для оборота политической информации. Вслед за Никифоровой (2014: 39) мы не разграничиваем концепции политического дискурса и политической коммуникации, выступая за рассмотрение политического общения вкупе с такими экстралингвистическими факторами, как социальные, культурные, исторические условия, речевая ситуация и индивидуальные особенности политиков.

Ориентируясь на субъектно-адресатные отношения, различают следующие линии политических коммуникаций (Шейгал, 2000: 59–62): линия «институт-общество» (постановления правительства, законы, призывы, лозунги, указы президента), линия «общество-институт» (петиции, обращения, листовки, указы избирателей, выступления на митингах); линия «гражданин-институт» (письма граждан к политикам и институтам, голосование на выборах); линия «институт-институт» (публичная коммуникация: переговоры, встречи политических деятелей, парламентские дискуссии, выступление премьер-министра на заседании правительства, партийная программа; внутренняя коммуникация: служебная переписка, кулуарное обсуждение, закрытое заседание и др.). Иная система классификации жанров политического дискурса представляет собой расположение их по оси институциональности, от максимально институциональных до максимально неформальных. В зависимости от коммуникативного намерения говорящего выделяют еще три жанра (Шейгал 2000): ритуальный (инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радиообращение), ориентационный (партийная программа, манифест, Конституция, Послание Президента о положении в стране, отчетный доклад, указ, соглашение) и агональный (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты).

Основной функцией политического дискурса, согласно работам Шейгал (2004: 34), Кузьминой (2011: 55) и Семкина (2012: 95), является регулятивное воздействие на адресата с целью формирования в его сознании «политически правильных» взглядов и отношений, а также побуждение адресата на определенные реакции и действия. Дополнительно стоит отметить идеологическую окраску политического дискурса (Степанов, 1995; Генералова, 2010). Языковые средства, стратегии и тактики, используемые коммуникантами, рассчитаны на выражение и прививание обществу доминирующей идеологии – например, консерватизма, либерализма, фашизма, анархизма и т. д.

Одной из самых распространенных разновидностей речевого влияния является манипуляция – это влияние скрытое, заставляющее адресата реагировать, но бессознательно или вопреки его собственному мнению. Под речевой манипуляцией понимается целенаправленное применение различных особенностей использования языка (Радюк, 2013: 181). Именно на этой основе строятся речевые тактики и стратегии политического дискурса. Паршина (2007) предлагает следующую систематизацию

стратегий и реализующих их тактик в процессе политической коммуникации:

1) Стратегии убеждения:

- агитационная стратегия: тактика призыва и тактика обещания;
- аргументативная стратегия, которая реализуется с помощью тактики иллюстрирования, тактики сопоставительного анализа, указания на перспективу и обоснованных оценок;

2) Стратегии удержания власти:

- стратегия создания эмоционального настроения адресата: тактики единения, обращения к эмоциям адресата, учета ценностных ориентиров адресата;
- информационно-интерпретационная стратегия, которая представлена тактикой признания существования проблемы, акцентирования положительной информации, разъяснения, комментирования, а также тактикой рассмотрения проблемы под новым углом зрения и указания пути ее решения;

3) Стратегии борьбы за власть:

- стратегия самозащиты, которая формируется благодаря тактике критики, оспаривания и оправдания;
- манипулятивная стратегия: манипулятивные тактики и демагогические приемы;
- стратегия нападения и дискредитации представленные тактикой оскорбления и обвинения;

4) Стратегия самопрезентации, которая реализуется с помощью тактик оппозиционирования, солидаризации и отождествления.

Для достижения цели речевого воздействия в политическом дискурсе адресанты применяют различные языковые средства, к которым относятся оценочные высказывания, вопросно-ответные конструкции, риторические вопросы, употребление местоимения «мы», слов с негативной коннотацией и эвфемистической лексики, конструкции будущего времени, глаголы в повелительном наклонении, неличные конструкции, прием редупликации, сравнение, синтаксический параллелизм, противопоставление, пояснение, метафора, метонимия, синекдоха, эпитет, ирония, олицетворение (Семкин, 2012; Teravšević, 2014; Рюкова и Филимонова, 2016; Стригина и Лазарев, 2017; Звада, 2018). При этом в целом, как справедливо отмечает Звада (2018: 25), «любой прецедентный феномен явно употребляется умышленно, он задуман для того, чтобы произвести впечатление на адресата, выполнить функцию воздействия (т. е. манипулирования)».

Учитывая все вышесказанное, мы считаем обоснованным отнести дискурс 42 500 тенге к политическому дискурсу. Начнем с того, что

согласно взглядам Шейгала (2004: 18–32), политический дискурс включает формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из трех составляющих: субъект, адресат или содержание сообщения. В данном случае анализируемый дискурс подходит по двум из трех критериев: в ходе пресс-конференций Министерства труда и социальной защиты населения происходит обмен политической информацией между представителями институциональной власти (субъектов, относящихся к политике) и населением Казахстана. Также не составит труда заметить, что предмет обсуждений на пресс-конференциях – деятельность органов государственной власти, посвященная налаживанию экономических последствий эпидемии коронавируса в стране. Иными словами, политический дискурс 42 500 тенге рассматривается в строгой привязке к актуальной политической ситуации. Кроме этого, стоит еще раз отметить неразрывную связь политического дискурса с манипуляциями и направленность анализируемых политических коммуникаций на конструирование специфических идеологических установок в сознании казахстанцев. Идеологическая составляющая выражена в направленности речевого воздействия на поддержание и улучшение отношений между властью и народом. Функция изучаемого дискурса 42 500 тенге состоит в создании атмосферы спокойствия и защищенности в обществе вследствие убеждения граждан в том, что государство заботится о благосостоянии населения и окажет финансовую помощь нуждающимся.

Тем не менее, дискурс 42 500 тенге, рассматриваемый в данной работе, представляет собой частный случай дискурса 42 500 тенге в более широком понимании. Это обусловлено субъектно-адресатными отношениями, характеризующими данный дискурс в рамках пресс-конференций Министерства труда и социальной защиты населения, а именно – соответствующей ему линией политических коммуникаций «институт – общество». В конкретном случае дискурс 42 500 тенге есть совокупность актов публичных заявлений, транслирующих сведения о получении выплаты и обещания властей оказать помощь с вытекающим из этого эмоциональным воздействием, адресованным непосредственно представителями Министерства всему казахстанскому сообществу. Рассмотрение других линий политических коммуникаций в том же контексте (например, распространение информации о социальных выплатах средствами массовой информации) в своей целостности отобразят всю полноту значения термина «дискурс 42 500 тенге». Определив, что подразумевается под «дискурсом 42 500 тенге», перейдем к обсуждению методологической части исследования.

Методология исследования

Цель исследования – выявить прагматические особенности языка политического дискурса 42 500 тенге и изучить эффективность речевых воздействий в этом дискурсе. Сбор данных исследования был проведен на YouTube-канале казахстанского цифрового информационного телеканала «Хабар 24», так как на данном канале были выложены все видеозаписи брифингов представителей Министерства труда и социальной защиты населения Республики Казахстан.

Для анализа данных были использованы записи пресс-конференций, в которых речь шла непосредственно о социальной выплате на случай потери дохода размером в 42 500 тенге, а также комментарии пользователей

YouTube, оставленных к этим записям. В общем был произведен анализ текстов семи брифингов, прошедших с 1 апреля по 18 августа 2020 года, длиной от получаса до полутора часов, а также 478 комментариев.

В исследовании используется метод коммуникативно-прагматического анализа. Для этого в качестве теоретической и методологической основы данной работы были взяты теоретические положения, разработанные в трудах Остин по речевым актам (1986) и Криворучко по речевым воздействиям (2014).

Согласно теории речевых актов коммуникативные акты имеют трехстороннюю организацию. Согласно взглядам Остин (1986), каждый речевой акт условно делится на следующие уровни:

- локутивный акт (в плане используемых языковых средств);
- иллокутивный акт (с точки зрения цели речевого акта в определенном контексте);
- перлокутивный акт (с позиции реакции адресата).

Это определяет, с какого ракурса мы можем рассматривать речевой акт: как само говорение, как средство достижения цели адресанта или как средство оказания определенного воздействия на адресата. Также прагматика затрагивает многие вопросы, возникающие в коммуникативных ситуациях между адресантами и адресатами речи (Минина и Васильева, 2011). С точки зрения предмета речи прагматика изучает очевидные и скрытые цели высказывания («иллокутивные силы» по Остин); типы речевого поведения и речевые тактики; прагматический смысл (косвенный подтекст) высказывания; отношение говорящего к тому, что он говорит. Что касается адресата речи, прагматика рассматривает интерпретацию высказываний, в том числе правила выявления неявных значений речи с обязательным учетом контекста, прагматической ситуации, пресуппозиции и намерений говорящего; влияние сообщения на адресата (по Остин, «перлокутивный эффект») с точки зрения эмоций, мнений, действий последнего, повышение его осведомленности, эстетический эффект и т. д. Что касается связи между участниками общения, исследуются такие аспекты, как форма общения (дружеская беседа, спор, ссора и т. д.); социально-этикетный аспект речи (формы обращения, стиль общения); взаимосвязь коммуникантов в различных речевых актах. Дополнительно прагматика изучает влияние речевой ситуации на тему и форму общения.

Среди типов иллокутивных актов Серль выделяет ассертивы, комиссивы, директивы, экспрессивы, декларативы (Searle, 1976). Ассертивы – это высказывания, нацеленные на убеждение говорящего в истинности выраженного сообщения. Комиссивы – это иллокутивные акты, цель которых – обязать не столько слушателя, сколько говорящего выполнить какое-либо действие. К этому классу относятся различные обеты и обещания. Иллокутивность директив состоит в том, что они представляют собой попытки говорящего заставить слушателя что-то сделать. Экспрессивы – это речевые акты с целью вызвать у адресата те или иные чувства. Сущность декларативов состоит в установлении соответствия между пропозициональным содержанием и действительностью. Именно декларативы являются примером того, как социальная реальность создается посредством языка (Рябинская, 2002).

Перлокутивный эффект достигается семантическими, лексическими, грамматическими и синтаксическими языковыми средствами конкретного дискурса. Опираясь на описание системы речевых воздействий, Криворучко (2014: 54) разделяет перлокутивные эффекты на интендируемые (планируемые) и неинтендируемые (непланируемые). Удачность перлокутивного акта определяется соответствием реакции реципиента целям адресанта. В таких условиях перлокутивной неудачей считается расхождение цели и результата речевого воздействия, а непланируемая, неожиданная реакция, которая расходится с целями говорящего, обозначается как перлокутивное последствие. Другое название перлокутивного последствия – это перлокутивный стимул: «Речевое воздействие на мысли, чувства и поступки адресата, не входившее в интенцию говорящего» (Криворучко, 2014: 55).

После применения вышеупомянутых теоретических основ были выявлены некоторые особенности, присущие дискурсу 42 500 тенге. К тому же, благодаря системе речевых воздействий представилось возможным сопоставить комментарии граждан Казахстана, прослушавших выступления представителей власти на правительственных брифингах, с самим дискурсом брифингов с точки зрения соответствия перлокутивного акта перлокутивному эффекту, дабы судить об успешности речевых актов, составляющих дискурс 42 500 тенге.

Результаты и обсуждение

Если применить теорию речевых актов по отношению к политическому дискурсу, связанному с социальной выплатой в 42 500 тенге, то можно различить три параметра речевых актов политической коммуникации. Первым параметром является локутивный акт, который характеризует речевой акт по отношению к используемым языковым средствам. С точки зрения локутивного параметра акт представлен вербальной речью. Вторым параметр – иллокутивный, функцией которого является рассмотрение речевого акта в его отношении к цели адресанта. В политической коммуникации он выражается иллокутивной силой; другими словами – силой убеждения, вложенной в дискурс. Иллокутивный параметр, в свою очередь, представлен двумя компонентами: информационной стороной политического сообщения (передача сведений, определяющих категории граждан, которые имеют право подать заявку; инструкции по получению выплаты) и аргументирующей составляющей, которая побуждает реципиента верить в то, что государство заботится о населении своей страны и обязуется обеспечить финансовую поддержку граждан, потерявших доход в связи с чрезвычайным положением. Таким образом, политические сообщения членов Правительства носят информационно-убеждающий характер. Убеждение скрывается за информирующей стороной речевых актов. В анализируемом дискурсе можно выделить такие типы иллокутивных актов, как комиссивы (государство убеждает население в том, что помощь будет оказана) и экспрессивы (государство вызывает у населения чувства спокойствия и стабильности). Наконец, воздействие речевого акта на адресата характеризуется третьим параметром, так называемым перлокутивным эффектом. Этот параметр связан с результатом иллокутивного акта, с реакцией слушателя. Ощущение гражданами заботы со стороны государства, финансовой стабильности и защищенности наравне с недопущением паники среди

населения вследствие убежденности в государственной социальной помощи можно рассматривать как желаемый перлокутивный эффект брифингов представителей Министерства труда и социальной защиты населения Республики Казахстан.

В первую очередь, при анализе правительственных брифингов на тему социальной выплаты в 42 500 тенге можно заметить присутствие большого количества *числовых статистических данных* – например, подсчета числа безработных, количества выплаченных денег или процентное соотношение работников, лишившихся заработка:

- «Самый критичный был апрель-месяц. Мы тогда оценили порядка *4 млн 200 тыс. человек*, которые остались без работы, без зарплаты».
- «По нашим данным, на сегодня *3 млн 703 тыс. человек* подали *4,9 млн заявок. 1 790 779 человек* мы назначили [выплаты] на сумму *75,6 млрд тенге*».
- «В рамках поступивших заявлений уникальных было более *8 млн человек*, из которых выплата была назначена *4,6 млн человек*. Если посмотреть по структуре, то из них порядка *40 %* были наемные работники».

Во время просмотра брифингов казахстанцы ожидают услышать от представителей государства точные данные о проведенной работе, по которым можно оценить успешность государственных мер. Предоставление таких статистических данных обеспечивает максимальную осведомленность граждан и производит впечатление восстановления контроля над кризисной ситуацией.

Если еще раз взглянуть на приведенные выше высказывания, то можно обратить внимание на то, что в них используются *личные местоимения «мы», «наши»*. Как уже упоминалось, их употребление характерно для политического дискурса. Этот языковой прием позволяет интимизировать коммуникацию и создать эффект доверительного общения между адресантом и аудиторией. Одновременно с этим Министр труда и социальной защиты населения Биржан Нурымбетов в своих выступлениях во многих случаях совместно использует *местоимения «мы» и «вы»*:

- «*Мы* сделаем так: если *вы* заполняете заявление и у *вас* нету банковского счета, то *вы* не будете указывать это поле [...] Мы вам назначим социальную выплату и будем ждать, когда *вы* нам сообщите свой банковский счет».
- «*Мы* здесь также порядок изменили. Назначение будет происходить именно в тот день, когда *вы* официально были зарегистрированы безработным».
- «*Вы* успели подать заявление, и *мы* будем ждать от *вас* сообщения о *вашем* банковском счете».
- «Так как *вы* нигде не работали [официально], *мы вас* не видим. Поэтому для [подачи заявления] *вы* должны один раз заплатить единый совокупный платеж».

Здесь Министр устанавливает контакт со слушателями и делает акцент на

общности целей государства и граждан, а также на стремлении помочь своему народу.

Направленность на слушателей продемонстрирована прямыми обращениями министров к казахстанцам:

- «*Вы сами прекрасно знаете*, платили ли вы социальные отчисления до объявления ЧП или нет. Если вы платили за последние 12 месяцев, то у вас проблем нет, вы подаете заявление, потому что вы потеряли доход в связи с чрезвычайным положением».
- «*Как вы знаете*, общий объем [финансирования антикризисных мер] в Казахстане составил свыше 4 трлн тенге».
- «Да, в самом начале, *вы помните*, Президент страны обращался ко всем работодателям и призвал, чтобы не сокращали рабочие места...»
- «Я хотел бы воздержаться от прогнозов и посчитать, сколько человек получит [выплату] или же какая сумма должна быть, потому что, *если вы помните*, в прошлый раз, когда мы объявили 42 500, со всеми прогнозами ожидали до 3 млн человек, в итоге получилось в полтора раза больше».

Политики используют такую технику *диалогизации*, чтобы сократить дистанцию между собой и адресатами сообщения. Как отмечает Деминова (2018: 154), «диалогизация текста позволяет приблизить предмет речи к читателю, вызвать у него эмоциональную реакцию, удержать внимание».

Личное местоимение «я» способствует концентрации внимания слушателей:

- «Я как министр хочу у всех еще раз попросить прощения, но это действительно объективная причина – мы не успеваем».
- «Я еще раз подчеркну: работодатель должен подать за наемных работников и только за тех работников, которым было отказано в назначении социальной выплаты».
- «Я хотел бы сообщить, что на этот раз также оператором этих выплат выступит Государственный фонд социального страхования».
- «Я всегда высказываю свое отношение по поводу минимальной заработной платы: она у нас в стране низкая».

Личные замечания адресанта дают аудитории возможность сосредоточиться на конкретном предмете обсуждения, особенности процедуры подачи заявки или действий, которые казахстанцам необходимо совершить для успешного получения выплаты.

Употребление *вопросительных предложений* в политическом дискурсе 42 500 тенге обусловлен аналогичной целью – акцентированием внимания реципиентов. Примеры таких предложений включают в себя:

- Что нужно сделать для получения выплат и какие документы необходимо подать?
- Что предусматривает этот алгоритм?

- Кто получит выплаты из Фонда социального страхования?
- А что такое «формализовать свой статус»?

Если непосредственно перед пояснениями условий получения 42 500 тенге звучит вопрос, то эта особенность способствует дальнейшей мобилизации внимания потенциального получателя выплаты.

В выступлениях казахстанских политиков присутствует небольшое количество слов с ярко выраженной негативной коннотацией. К примеру, Министр высказывался по поводу лиц, которые не потеряли свой доход, но все равно подали заявку на социальную выплату: «С моральной точки зрения *это неправильно*». Другие примеры лексики с негативной эмоциональной окраской:

- «В условиях карантина, когда много людей собираются у банков, *это нехорошо*».
- «Поэтому следует *пресекать* необоснованное получение данной поддержки лицами с достаточным уровнем доходов. Аферистов, не порядочных людей нужно *ставить на место*, подвергать общественному порицанию».
- «...только в тех случаях, когда работодатель, скажем так, *не совсем добросовестный*, по-простому говоря, спит до сих пор, о вас не думает...»

Здесь адресанты явно демонстрируют неодобрительное отношение к тем, кто злоупотребляет доверием государства и нарушает, умышленно либо неумышленно, общепринятые правила поведения во время пандемии. За исключением подобных примеров политический дискурс 42 500 тенге обладает *низким уровнем оценочной окраски*.

Следующей особенностью политического дискурса социальных выплат является *семантика тривиализации*. Рассмотрим пример инструктирования граждан по поводу правильной подачи обращений: «Мы просили бы вас правильно заполнять свои данные. Там [необходимо указать] *всего лишь* три вида данных...» В конкретном случае всего лишь ориентировано на оценку усилий, прикладываемых для такого рода действий, а также создает эффект максимального упрощения шагов заполнения заявки.

- «Если за вас заплатили или вы сами заплатили единый совокупный платеж или социальные отчисления, *без проблем* вы будете получать [социальную выплату в размере 42 500 тенге]».
- «Мы уже в своих системах увидим, что ваш платеж поступил, и мы у вас *безболезненно* примем заявление и назначим вам 42 500 тенге».
- «Для этого вам со своего телефона *достаточно* отправить SMS на номер 5505».
- «Вы [...] подтвердили, что у вас потерян доход, и со следующего дня вы *просто* через сервис будете следить за тем, на какой стадии находится ваше заявление».

В каждом из этих примеров выделенные курсивом слова подкрепляют

восприятие простоты и как бы сигнализируют о том, что слушателю не потребуются больших усилий для получения выплаты.

Такой выбор языковых средств, как и употребление *будущего времени*, обуславливает убедительность коммуникативных актов:

- «Те люди, которые работают неформально, которые не имели трудовых договоров, которые не платили налогов и не делали никаких отчислений, для них тоже *будет возможность* получить 42 500. Для этого, как вчера Президент страны сказал, *достаточно будет формализовать* свой статус».
- «По всем направления поддержки правительством *будет реализован* комплексный план по восстановлению экономического роста до конца 2020 года».
- «Мы *запустим* специальный сайт для социальной выплаты завтра утром. На нем также все граждане, которые имеют на нее право, *смогут обратиться, указать* свои данные...»
- «Многие люди обращаются и говорят: “Очень сложно подать это заявление, скрепить его ЭЦП, и так далее. eGov зависает”. [...] Каждый день мы *будем предлагать* новые [технические] решения, которые *будут упрощать* этот механизм».

Будущее время используется в рамках тактики обещания. С ее помощью казахстанские политики гарантируют спокойствие и финансовую стабильность для своих граждан. Иными словами, успешность коммуникативных актов, содержащих будущее время и тривиализацию, предполагает эмоциональное воздействие на реципиентов, а именно внушение им уверенности в осуществлении обещанного.

Теперь обратимся к оцениванию степени успешности речевых воздействий дискурса 42 500 тенге и сопутствующий им перлокутивный эффект. Начнем с определения перлокутивной цели для каждого типа иллокутивных актов, имеющих место в исследуемом дискурсе. Если комиссивы убеждают граждан Казахстана в том, что правительство поможет им в трудную минуту, то экспрессивы внушают чувства спокойствия и защищенности, стараются сделать так, чтобы каждый гражданин почувствовал, что государство о нем заботится. В *таблице 1* представлен количественный перевес комментариев, свидетельствующий о неуспешности планируемых воздействий речевых актов в анализируемом дискурсе.

Таблица 1. Измерение успешности речевых воздействий дискурса 42 500 тенге

<i>Типы комментариев на основе перлокутивной цели</i>	<i>Перлокутивные эффекты комментариев</i>	<i>Количество комментариев</i>
<i>Реакции на комиссивы</i>	<i>Перлокутивная неудача</i>	75
	<i>Перлокутивная удача</i>	1
<i>Реакции на экспрессивы</i>	<i>Перлокутивная неудача</i>	56
	<i>Перлокутивная удача</i>	2
	<i>Перлокутивное последствие</i>	93
<i>Всего проанализировано комментариев</i>		478

Сначала рассмотрим степень согласованности комиссивов с перлокутивным эффектом. Во время пресс-конференций министры и вице-министры неоднократно высказывались о механизме получения социальной выплаты. Можно предположить, что планируемым перлокутивным эффектом была безусловная вера со стороны казахстанцев в осуществление государственной поддержки, однако анализ комментариев демонстрирует противоположный результат (орфография и пунктуация комментариев здесь и далее сохранены):

- «Все только говорят, никто не видел в глаза эти 42 500».
- «Мне не выплатили ни в 1ый ни в2 раз».
- «Не верьте этим говорящим ртам, им надо народ успокоить».
- «Очередной развод».
- «Слишком много предусмотрено лазеек, для того чтобы не выплачивать 42 500».
- «Полтора часа объяснял что не получите помощь».

Среди 76 комментариев-реакций на комиссивы лишь один свидетельствовал об успехе перлокутивного акта: «Сегодня получила 42 500 спасибо большое за помощь». В остальных случаях реализацию перлокутивного эффекта можно считать неуспешной: превалируют комментарии, которые содержат описание личного опыта граждан, указывающего на невыполнение или же частичное выполнение (если деньги были получены лишь за первый месяц чрезвычайного положения) обещаний о выплатах. Также слушатели пресс-конференций утверждают, что обещания правительства, как правило, расходятся с делом; немало комментариев служат своеобразными пессимистичными предсказаниями того, что государство не выплатит 42 500 тенге всем нуждающимся; присутствуют случаи прямого обвинения во вранье. Такое мнение комментаторов было сформировано с учетом всех реалий политической, экономической и социальной обстановки в стране: в первую очередь, учитывая недоверие народа к чиновникам в связи с так называемым «индексом восприятия коррупции». В 2019 году международная организация Transparency International (2019), исходя из оценивания уровня коррупции в государственном секторе, опубликовала список из 180 стран, в котором Казахстан занял 113-ое место. Это означает, что в мире Казахстан воспринимают как высоко коррумпированную страну. Именно это отражается в реакции населения по поводу выделения денег на социальные выплаты: люди предполагают, что небольшой размер социальной помощи связан с тем, что деньги были украдены из государственной казны:

- «Если бабки которые он отдал за свой пост раздать всем казахстанцам будет поболее 42500».
- «Опять хочет деньги урвать по крупному».
- «Этот к** складывает деньги к себе!»
- «Кручу-верчу, побольше денег себе оставить хочу. Налаженная система паразитов народа».

Даже тот факт, что брата Министра труда и социальной защиты, Тимуржана Нурымбетова, судили по получению взятки, сыграл определенную роль в неудачном перлокутивном эффекте дискурса 42 500 тенге («Он в карман кладет, как его брат». «Вор по глазам видно». «Своего брата посмотрел бы которого поймали на взятке»).

В то же время экспрессивы вызвали среди населения ощущение тревоги и беспокойства вместо предполагаемых чувств невозмутимости и защищенности.

- «НАРОД УМИРАЕТ. ОСТАВИЛИ ВСЕХ НА ПРОИЗВОЛ СУДЬБЫ. [...] КУДА СМОТРИТ ГОСУДАРСТВО???»
- «Понимаете получаю минималку иду на работу и думаю если заболею умру, смысл вообще идти куда то ... Как жить идти за гроши работать заболеть умереть или остаться взаперти чтоб не заразиться и все равно умереть но только с голода....пряма как у Шекспира быть или не быть?...»
- «По моему наше правительство страшнее пандемии».
- «Щас в аптеку ходим как в магазин, ещё и все подорожало и его ещё нету, маски перчатки лекарство а на что кушать, умрем и от пневмонии, от голода что вы творите со своим народом».

В группе комментариев, где возможно проследить реакцию аудитории в плане вызываемых чувств, из 58 только два соответствовали планируемому речевому воздействию. Значительное место занимают комментарии, в которых казахстанцы эмоционально описывают положение дел в стране, используя негативно окрашенную лексику («Казахстан на пороге бедности». «Умрем от голода». «Чтоб выжить месяц нужно чуть ли не на панель идти...»). Это свидетельствует о том, что несмотря на все попытки государства успокоить граждан, они находятся в отчаянии. После просмотра пресс-конференций у аудитории вместо чувства того, что о них заботятся, появились ощущения обманутости и унижения:

- «И ведь смешно, то что эта сумма 42500, и все хотя бы на это согласны, но не все ее получают. Издевательство! Если столько условий чтобы получить эту выплату, почему не 142500?»
- «Прослушав этот брифинг у меня создалось впечатление, что начальство даёт не пособие, а что то вроде милостыни и то этих денег жаль. Условия выдачи унижительны, так деньги не выплачивают».
- «Короче кто не получил, тот ничего не получит и дальше, когда перестанут за нос водить людей? Уже терпения не хватает».
- «42500 должны раздать всем. Почему? А вирус не выбирает кому болеть. Не разделяйте народ вы кто такие? Все мы равны перед вирусом, а вы как правительство должны заботиться о здоровье народа. Хах а то править будет не чем».

С точки зрения перлокутивных последствий, или неинтендируемых перлокутивных эффектов, явно прослеживается возникшее чувство несправедливости по отношению к тем гражданам Казахстана, для которых выплата 42 500 тенге не предусматривалась по умолчанию (дети, неработающие до объявления чрезвычайного положения пенсионеры, студенты, женщины, находящиеся в декретном отпуске):

- «Мой сын на инвалидности [...], я тоже на инвалидности мне тоже ни разу не дали эту выплату. [...] Мы тоже законные граждане РК. ваш метод это полная дискриминация и нарушение наших человеческих прав».
- «Почему о Детях не проявляют заботу. Во всём мире выдают детям финансовую помощь».
- «Где справедливость?»
- «Почему народ за нос водите. Вы бы прожили на 42500 с семьёй??? Вот теперь считаете. У вас хороший стол вкусная еда мясо поди каждый день, а у других??? Есть семьи которые месяцами не кушают мясо, дети хорошо не питаются».

Таким образом, ожидаемый перлокутивный эффект экспрессивов также оказался отрицательным вследствие отсутствия корреляции цели и результата воздействия.

Наконец, еще одним значительным перлокутивным последствием является неприятие адресатами установленного положения дел. Недовольство по поводу условий социальных выплат спровоцировало 93 комментария:

- «Алё очнитесь нам простым людям кушать нечего! Дайте хоть один раз всем людям эти несчастные копейки».
- «ВЫПЛАТИТЕ ВСЕМ ЭТИ НЕСЧАСТНЫЕ 42500. [...] ТРЕБУЮ, ТРЕБУЮ, ТРЕБУЮ ПОМОЧЬ НАРОДУ. НЕ СО СВОЕГО КАРМАНА ПЛАТИТЕ, ЭТО НАШИ НАЛОГИ, НАШИ ДЕНЬГИ, ТАК ПОМОГИТЕ ВСЕМ В ТАКОЕ ТРУДНОЕ ВРЕМЯ».
- «Получил свои 42 500 миллиона».
- «Не позорился бы, министр! Про эти 42500 говорит так, как будто эти крохи кого-то спасут. У тебя министр, на лацкане пиджака значок и тот дороже стоит».

Из названных примеров можно установить несогласие казахстанцев, во-первых, с избирательным принципом назначения 42 500 тенге и, во-вторых, с размером этой суммы. С данной перспективы решения правительства о том, кто имеет или не имеет право на получение соцвыплаты, привели к сплочающему эффекту среди народа, смешанному с отрицательной оценкой принятых государством мер. Касательно объема выделенных на социальную помощь денег, комментаторы оценили 42 500 тенге как мизер (*несчастные 42 500, позорные 42 500, сущие гроши, копейки, крохи*) и потребовали сделать выплаты более высокими. Сложно определить точные лингвистические факторы, почему речевые акты дискурса 42 500 тенге вызвали негативную реакцию у казахстанского сообщества и привели к возникновению вышеуказанных нежелательных перлокутивных последствий, однако с уверенностью можно заявить об их однозначной неуспешности.

Заключение

Цель исследования – прагматический анализ дискурса 42 500 тенге и выявление его специфики в контексте брифингов представителей

органов государственной власти Республики Казахстан, проводимых в период чрезвычайного положения в связи с пандемией коронавируса – была успешно достигнута. Полученные результаты открывают новые возможности для дальнейшего исследования политического дискурса и дискурса 42 500 тенге – в частности, с позиций прагматики, а также эффективности речевого воздействия в политических коммуникациях.

В ходе исследования выяснилось, что компоненты дискурса 42 500 тенге аналогичны компонентам политического дискурса с точки зрения идеологической и манипулятивной составляющих, а также субъекта и содержания сообщений, относящихся к области политики. Дискурс 42 500 тенге в данной работе представляет собой совокупность текстов, которые затрагивают правила получения социальной выплаты, произведены представителями Министерства труда и социальной защиты населения и адресованы всему гражданскому обществу с целью заложить в сознание казахстанцев чувства финансовой защищенности, стабильности и спокойствия, а также веру в проявление заботы государства о своем народе, в форме данной социальной выплаты. Эти цели выражаются прагматическими аспектами языка: иллокутивной силой и перлокутивным эффектом. Иллокутивная сила дискурса 42 500 тенге заключается в убедительности и доверительном характере сообщений. Эта иллокутивная сила характерна для всех типов политических дискурсов, где основной коммуникативной целью является эмоциональное воздействие на адресата, которое выражается имплицитно и скрыто за информативностью сообщения. Повышение доверия адресата к государственным институтам и недопущение паники среди населения – это перлокутивный эффект, которого пытаются достичь политики.

Исходя из анализа правительственных брифингов, можно сделать вывод, что дискурс 42 500 тенге обладает типичными прагматическими чертами, которые создают условия для реализации иллокутивной цели и достижения перлокутивного эффекта:

- числовые статистические данные;
- личные местоимения «мы», «вы», «я»;
- диалогизация;
- вопросительные предложения;
- будущее время глаголов;
- семантика тривиализации.

Что касается дополнительных характеристик политического дискурса 42 500 тенге, мы выявили низкий уровень оценочной окраски.

Сопоставление целей политиков, выступивших на брифингах, с реакцией аудитории выявило неуспешность оказываемых речевых воздействий. Несмотря на ожидаемый перлокутивный эффект, комментарии свидетельствуют о прямо противоположной реакции слушателей брифингов: скептическое отношение к обещаниям правительства выплатить 42 500 тенге, выражение недоверия по отношению к тому, что поддержка населения находится в интересах государства, недовольство насчет размера и избирательности назначения социальных выплат, демонстрация чувств несправедливости и незащищенности. Однозначно, такие перлокутивные последствия

подчеркивают, что, к сожалению, большинство комментаторов считает: политическое руководство Казахстана нельзя назвать эффективным. Важно отметить, что в этом исследовании оценка успешности речевых актов основывается только на комментариях казахстанцев, оставленных к брифингам. Для наиболее исчерпывающих результатов стоит изучить и принять во внимание реакцию людей, не оставивших комментарии.

Один из факторов, ограничивающих возможности настоящего исследования, заключался в том, что проанализированные данные включали комментарии и содержание брифингов лишь на русском языке. Анализ аналогичных данных на казахском языке смог бы обеспечить более полную картину как прагматической специфики дискурса 42 500 тенге, так и успешности его речевых воздействий. Кроме того, как уже было упомянуто выше, для широкого изучения прагматических аспектов дискурса 42 500 тенге имеет смысл исследовать другие линии политических коммуникаций, а именно линии «общество – институт», «гражданин – институт» и «институт – институт» в контексте данного дискурса. Результаты исследования открывают новые возможности для дальнейшей разработки методов прогноза успешности речевых воздействий в политическом дискурсе.

Список использованной литературы

1. Генералова, Светлана (2010). «Понятие «политический дискурс» в лингвокультурологической парадигме». Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 95–101.
2. Грачев, Михаил (2004). Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Москва: Прометей.
3. Деминова, Марина (2018). «Демократизация языка сетевого текста (на материале интернет-издания Lenta.ru)». Современный дискурс-анализ. Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования: Материалы Международной научно-практической конференции. Белгород: Политерра, 2 (20): 151–157.
4. «За взятку в 9 млн тенге задержан Тимуржан Нурымбетов». <https://liter.kz/42291-2>. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
5. Звада, Оксана (2018). «Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ». Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева, 1 (1): 23–30.
6. Криворучко, Сергей (2014). «Система речевого воздействия в терминалах теории речевых актов». Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов, 77: 50–56.
7. Кузьмина, Светлана (2011). «Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации». Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология, 2: 54–56.
8. Мамырханова, Мадина (2020). «Сколько предпринимателей оказались на грани банкротства из-за коронавируса в Казахстане». <https://liter.kz/skolko-kazahstanskih-predprinimatelej-okazalis-na-grani-bankrotstva-iz-za-pandemii-koronavirusa>. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
9. Минина, Ольга и Полина Васильева (2011). «Некоторые принципы лингво-прагматического анализа текста». Альманах современной науки и образования, 3: 229–232.
10. Никифорова, Ольга (2014). «Политический дискурс, политическая коммуникация и СМИ». Вестник Сургутского государственного педагогического университета, 36–41.
11. Остин, Джон (1986). «Слово как действие». Новое в зарубежной лингвистике, (17): 22–129.
12. Паршина, Ольга (2007). Российская политическая речь: Теория и практика. Москва: ЛКИ.
13. Радюк, Александра (2013). «Коммуникативные стратегии как способ манипулятивного речевого воздействия в английском деловом дискурсе». Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 1 (4): 181–190.
14. Рюкова, А. Р. и Е. А. Филимонова (2016). «Языковые способы реализации персуазивности». Вестник Башкирского университета, 21 (2): 431–435.
15. Рябинская, Наталья (2002). «Речь как социальное действие: основные понятия дискурсивного анализа». Социологический журнал, 4: 78–91.
16. Семкин, Максим (2012). «Стилистические средства в дискурсе политического комментария». Вестник Санкт-Петербургского университета, (2): 94–97.
17. Степанов, Юрий (1995). «Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности». Язык и наука конца XX века, 35–73.
18. Стригина, Татьяна и Владимир Лазарев (2017). «Функционально-семантические

- и стилистические особенности политического дискурса». Филологический аспект, 5 (25): 134–143.
19. Халатян, Анжела (2011). «Предвыборный дискурс». Политическая лингвистика, 2: 180–187.
20. Шварценберг, Роже-Жерар (1992). Политическая социология. Москва.
21. Шейгал, Елена (2000). Семиотика политического дискурса. Волгоград.
22. Шейгал, Елена (2004). Семиотика политического дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис».
23. Grice, Herbert Paul (1975). «Logic and conversation». Syntax and semantics 3: Speech arts, 41–58.
24. Linsky, Leonard (1967) Referring. New York.
25. Searle, John R. (1976). «A Classification of Illocutionary Acts». Language in Society, 5 (1): 1–23.
26. Strawson, Peter F. (1964) «Intention and convention in speech acts». The Philosophical Review, 73: 439–460.
27. Tepavčević, Miodarka (2014). «Political Discourse — a Syntactic and Semantic Analysis». Logos and Littera. Journal of interdisciplinary Approaches to Text. Podgorica: Institute of Foreign Languages, University of Montenegro, 93–120.
28. Transparency International, «Индекс восприятия коррупции», <https://www.transparency.org/ru/news/cpi-2019-global-highlights>. Дата последнего просмотра: 03.06.2020.
29. Vendler, Zeno (1967) Linguistics in Philosophy. Ithaca: Cornell University Press.

ОБРАЗ COVID-19 В НОВОСТЯХ КАЗАХСТАНА НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИКАЦИЙ В TENGRINEWS И HOLANEWS

Ясемин Озер

Введение

События, имеющие общественное значение, нечасто отражают личный опыт членов общества. То есть население может не участвовать в них лично. О таких происшествиях и явлениях люди обычно узнают из новостей. Иллюстративные материалы к новостям считаются основными инструментами, которые передают характер произошедшего. Принимая решение о форме подачи информации, журналист и редактор наряду с определенными фразами, интонацией, видео выбирают также и фотографии. На первый взгляд кажется, что фотография фиксирует реальный момент, но она не всегда объективна: многое зависит от того, под каким ракурсом фотограф или журналист решили показать событие, имеет значение визуальное обрамление (*framing*). Это формирует в дальнейшем картину события в сознании тех, кто не присутствовал на нем, и эмоциональную реакцию этих людей на произошедшее (Липпман, 2004: 36).

Во время пандемии коронавируса вполне возможно, что фотографии в новостях влияли на формирование определенного мнения о происходящем. В данной работе мы берем в качестве исследуемых объектов фотографии к новостям на двух веб-сайтах (Tengrinews, Holanews) и пытаемся определить, какие образы чаще всего предлагали казахстанские медиа своей аудитории во время COVID-19, каким образом их использовали и узнаем динамику их подачи.

Обзор литературы

Технические возможности современных средств массовой информации позволяют легко создавать и тиражировать фотографии, поэтому фотография стала неотъемлемой частью ежедневно потребляемого потока информации. Хорошая фотография – решающий фактор при выборе формы подачи информации. Ежедневно создается множество фотоснимков с мест событий. Из них отбираются только те, что смогут привлечь внимание, вызвать у аудитории эмоции и подтолкнуть к чтению материала (Rössler et al., 2011: 415).

С момента появления фотографии возникли сложности в ее описании и определении с теоретической точки зрения. Причиной такого затруднения стал тот факт, что фотография, с точки зрения теории, была

близка к трем видам наук – естественным, социальным и гуманитарным. Фотографию можно было рассматривать и как технологию (оптика), и как искусство, и как инструмент репрезентации, формирования каких-либо понятий через воссозданные образы (Tomanić Trivundža, 2010).

Сьюзен Сонтаг (2016) отмечает несколько функций фотографии. По ее мнению, они почти бесконечны. Это не только отражение реальности, это еще и сила, с помощью которой реальность заменяется чем-то иным. Благодаря фотографии мы свидетельствуем, начинаем верить в то, о чем слышали, но не верили ранее. Фотография не только обвиняет, но и оправдывает. Она может выступать абсолютным доказательством какого-либо совершенного действия. Сейчас она стала и инструментом власти для контроля над населением (Сонтаг, 2016: 14–15).

Как пишут Домке и его коллеги (2002), Платон в своей «Республике» запрещал творчество поэтов и художников потому, что, как он считал, они влияют на настроение людей, на их мнение и формируют искаженную версию правды. Эксперты считают, что явление, называемое визуальным детерминизмом (*visual determinism*), действительно существует. Оно предполагает формирование общественного мнения через сильную реакцию на фото или видео в журналистике; формирование репортерского взгляда, соответствующего дискурсам популярности и элитарности выдающихся фотографий, сопровождающих новости о важных событиях в истории; направленность элитарных новостных иллюстраций на эмоциональный поток без какого-либо участия осознанных мыслей (Domke et al., 2002: 131–132; Morrow, 1993: 36).

Уильям Джон Томас Митчелл (2002: 166) называет видение (*vision*) «социальной конструкцией» и считает, что его можно назвать «культурным явлением, которому можно учиться и которое можно создавать» по сравнению с чем-то природным. Может оказаться, что существуют еще не раскрытые процессы его развития, связанные с искусством, технологией или историей медиа, и они могут быть связаны с человеческим обществом, этикой и политикой.

Каркамо Уллоа и его коллеги (Cárcamo Ulloa et al., 2015), подытоживая исследования французского социального теоретика Ролана Барта об эффектах фотографии, опубликованных в 1980 году,²⁹ и профессора истории и искусства Дэвида Фридберга (1989)³⁰ о влиянии изображений на наш ежедневный выбор, отмечают, что Барт видел риторические фигуры в изображениях и через них формировал значение, а Фридберг описывал роль изображений в истории человечества и их способность к социокультурной провокации (Cárcamo Ulloa et al., 2015: 7).

Некоторые исследователи считают, что визуальные изображения не имеют четкого смысла сами по себе, поэтому у них нет первопричины, для того чтобы считаться визуальным аргументом. Но если нет отдельного смысла в образах, то его нет и в отдельных словах, потому что смысл и того, и другого будут зависеть от контекста (Kenney, 2002: 58).

Несмотря на то, что в медиа стараются быть объективными, они работают в определенных рамках (*framing*) как при построении текстов, так и при отборе фотографий для новостей. Если фотограф думает о том, с какого ракурса снимать, как направить свет и как расположить

²⁹ La chambre claire. Note sur la photographie. (Camera lucida. On photography).

³⁰ The power of images: studies in the history and theory of response.

объект, то журналисты и редакторы выбирают фотографии согласно их смысловой нагрузке при освещении той или иной новости. Поэтому использование фотоснимков основано на каждодневном личном выборе. Снимать на фото означает вступать в определенные связи с окружающей средой. Любая фотография может быть увеличена или обрезана. Ее можно улучшить, ретушировать, обработать (Сонтаг, 2016: 13–14). Жан Бодрийяр в своем труде «Фотография, или письмо света» (*La Photographie ou l'Écriture de la Lumière: Litteralite de l'Image*), написанном в 1999 году, говорит о том, что вне зависимости от используемой фототехники свет остается неизменным. Свет на фотографии соответствует изображению. Он не «природный», не «правдивый» и не «искусственный». Свет – это фантазия изображаемого образа, его своеобразная идея. У него есть два источника: предмет и взгляд (Debrix, 2000).

Коммуникационные исследования изучают традиционный взгляд на процесс отбора фотографий для новостей через теорию ценностей новостей (*news value theory*). Согласно этой теории, акцент делается на определенных факторах новостей, когда журналисты выбирают темы для новостей. Патрик Рёсслер и его коллеги (Rössler et al., 2011) говорят о том, что первые исследования, изучавшие процесс ежедневного выбора, стоящего перед журналистами, были направлены только на принятие решения журналистами. А поздние исследования попытались объяснить, каким образом потребители воспринимают информацию и через это анализируют процесс определения основных объектов во время отбора фотографий для новостей (Rössler et al., 2011: 416).

Данное исследование не рассматривает прямого влияния фотографий на аудиторию, но ставит целью определить образы, которые чаще всего преподносились на фотографиях в казахстанских новостях во время эпидемии COVID-19. Изучаемые фотоснимки относятся также к стоковым фотографиям, то есть являются частью коммерческой индустрии. Фотостоки – это индустрия, которая создает и продает фотографии, видеоролики и рисунки. То есть любой человек или организация, сделавшие фотоснимки определенных событий, имея специальную лицензию, продают свой продукт третьим лицам. Есть множество определений и мнений относительно фотографий в прессе, но в данной работе мы будем рассматривать фотографии всех видов, используемых в печати. Фотожурналистика изучает событийные, оперативные, информативные снимки, но в прессе используются любые фотографии, иллюстрации или стоковые фотографии (Кёдра, 2016: 2–3).

Материалы и методика

Для определения основных изображений, отражающих пандемию коронавируса в Казахстане, применяются количественный метод исследования, в том числе количественный контент-анализ. Объектами исследования выбраны новостные фотоснимки, опубликованные в период с января по май 2020 года (5 месяцев) на информационных порталах Tengrinews и Holanews. Выбраны новости, опубликованные на казахском языке.

За этот период на сайте Tengrinews было опубликовано 1647 новостных сообщений, на сайте Holanews – 1038 (таблица 1). Из числа этих новостей для исследования отобраны 311 и 210 сообщений соответственно. На

сайте Tengrinews можно увидеть количество просмотров новостей, есть специальный раздел для сообщений на тему коронавируса. Из ежедневных новостей в данном разделе были отобраны те, что набрали больше просмотров в соотношении 5 к 1. То есть если в день было опубликовано 5 новостей, из них выбрана 1 с наибольшим количеством просмотров; если 10 новостей – 2 с наибольшими количествами просмотров и т. д. На сайте Holanews нет показателей количества просмотров, поэтому путем случайного отбора в соотношении 5 к 1 выбраны новости, найденные по ключевому слову «коронавирус».

Так как в некоторых новостях публиковались несколько изображений, изучены 311 фотографий с сайта Tengrinews, 218 – с сайта Holanews. В среднем Tengrinews публикует 1.04 фотографий на каждую новость, Holanews – 1.05 фотографий. С обоих информационных порталов в качестве объекта исследования взяты только новости. Репортажи, интервью или другие жанры не рассматривались.



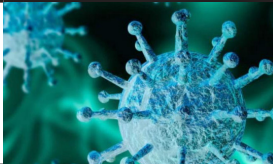

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
	14	75	553	612	393
	74	114	362	312	176

Таблица 1. Количество опубликованных новостей

Фотоснимки сгруппированы и поделены на категории в зависимости от изображенных на них объектов (таблица 2). В эти категории вошли как фотографии, напрямую связанные с новостями, так и стоковые фотографии. В категориях рассмотрена также цветовая обработка, потому что на репрезентацию может влиять и цветокоррекция или взгляд на природный свет. Вместе с тем постараемся выяснить, с чьей позиции были сделаны эти фотографии и в каких целях они были использованы. С помощью разбивки на категории и анализа новостей можно определить самые распространенные изображения, используемые в течение 5 месяцев, это позволит проследить динамику их перемен.

Категория	Пример	Описание
Изображение вируса		Иллюстративные изображения или снимки коронавируса с микроскопа.
Ученые		Изображения специалистов, изучающих явление с точки зрения науки или проводящих лабораторные эксперименты.

Категория	Пример	Описание
Врачи, другие медицинские работники		К данной категории относятся изображения людей в форме медицинских работников, находящихся внутри или снаружи больницы, в том числе дезинфекторов и фельдшеров скорой медицинской помощи.
Медицинские объекты		В данную категорию вошли изображения шприцов, пробирок для тестов, микроскопов, лекарств, масок и других подобных предметов.
Пациенты		Изображения людей, лежащих в больнице. Если на фотографии изображены врач и пациент вместе, но фокус направлен на больного, то фотография относится к категории «Пациенты», если в фокусе врач – к категории «Врачи, другие медицинские работники». Наряду с этим, если речь идет о вылечившемся человеке или показаны определенные части тела больного человека, то изображение также относится к данной категории.
Известные личности		Если основным иллюстративным материалом к новостям представлены фотографии известных людей, то они принадлежат к данной категории.
Политики (местные/иностранные)		К данной категории относится фотография любого чиновника, имеющего отношение к государственной службе.
Народ		Один или несколько человек, идущие по улице или находящиеся в какой-либо другой локации. Изображения, опубликованные в новостях о наказании рядового гражданина или же опубликованные на основе какого-либо поста в социальных медиа, тоже относятся к этой категории.
Другое		Изображения, не относящиеся ни к одной из упомянутых категорий. Сюда относятся пустые улицы, красные символы и любые другие изображения.

Таблица 2. Описание категорий

Следующим шагом мы выясним, с чьей позиции были созданы эти изображения. В зависимости от их источников, рассмотрим фотографии через видение фотографа, редакции или внешних ресурсов (местных/иностранных). Если нет описания фотографии или же отсутствует лого или подпись, то она будет относиться к категории «Не указано». Источник фотоснимка поможет уточнить, насколько визуальный образ сообщения был близок к реальной картине в период пандемии. К тому же, чтобы узнать о том, был ли снимок сделан с реального места события или же используется только как иллюстративный материал, будем рассматривать их, разделив по следующим разновидностям: иллюстративная фотография, иллюстрация, изображение человека и репортажная фотография. Это даст возможность выяснить, используются ли в прессе фотографии, относящиеся к реальным событиям или нет, и является ли образ, формирующийся у человека благодаря этим фотографиям, близким к истине или нет.

Результаты и обсуждение

Исследование фотографий новостных сообщений информационных порталов Tengrinews и Holanews показывает, что на обоих сайтах самыми распространенными являются изображения врачей, других медицинских работников и медицинских объектов (таблица 3). Если на сайте Tengrinews изображения медицинских работников и объектов равны в процентном соотношении (по 21 %), то в Holanews изображения медицинских работников занимают треть от общего количества изображений, а медицинских объектов – 18 %.












	 TENGRI NEWS <small>АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО В РАЙОНЕ ПУШКИ</small>	 HOLANEWS <small>ВНЕШНИЙ СОВЕТНИК ИНТЕРНЕТ</small>
 Изображение вируса	8 (2.5%)	9 (4%)
 Ученые	8 (2.5%)	5 (2%)
 Врачи, медицинские работники	66 (21%)	73 (33%)
 Медицинские объекты	66 (21%)	39 (18%)
 Больные	20 (6%)	11 (5%)
 Известные личности и звезды	12 (4%)	4 (2%)
 Политики (местные/иностранные)	34 (11%)	21 (10%)
 Народ	36 (12%)	17 (8%)
 Другое	61 (20%)	39 (18%)

Таблица 3. Категории фотоиллюстраций в новостях на сайтах Tengrinews и Holanews

На обоих сайтах фотографии, не относящиеся к основным категориям, составляют примерно пятую часть (20 % и 18 % соответственно). Самыми непопулярными на сайте Tengrinews можно назвать изображения вируса и ученых (по 2,5 %), а на сайте Holanews – известных личностей и ученых (4 % и 5 % соответственно).

Но эти показатели визуальных образов менялись в течение изучаемого периода. Как показано в *таблице 4*, в Tengrinews изображение медицинских работников послужило основным видом иллюстраций к новостям на протяжении первых месяцев. Но в марте, когда количество заразившихся коронавирусом возросло и ужесточились карантинные меры в городах, количество фотоснимков врачей и медицинских работников в новостях резко уменьшилось. Вместо них публиковали изображения, относящиеся к категории «Другие»: фотографии домов, представителей службы охраны возле зданий, сотрудников полиции, скриншоты из социальных сетей и мессенджеров, другие иллюстративные материалы. Вместе с тем в марте увеличилось число снимков медицинских объектов. Когда города «закрылись», изображения политиков публиковались чаще всего – они превышали количество изображений медицинских работников. Изображения политиков были актуальны в новостях в марте и в мае. Это можно объяснить тем, что новости на тот момент стали особенно политизированными. Тем не менее, даже если новость – это заявление какого-либо министра, иллюстрировать ли новость фотографией министра или другим изображением, соответствующим контексту сообщения, зависит от решения журналиста и редактора.

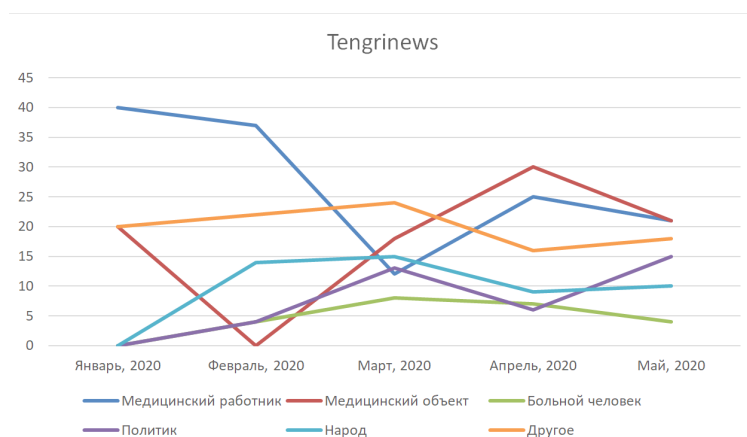


Таблица 4. Динамика изменения категорий иллюстраций в Tengrinews

В новостях Holanews фото врачей и других медицинских работников редко появлялись в феврале, но чаще других категорий публиковались в марте. Образы политиков, наоборот, относительно часто возникали в феврале, но редко использовались в марте. Медицинские объекты также были частыми в марте. В мае для новостных сообщений чаще других выбирались снимки категории «Другое» – это гуманитарная помощь, пустые улицы городов, военные возле блокпостов и т. п.

Образ врачей и других медицинских работников в новостях Казахстана

Во время пандемии COVID-19 образ врачей и других медицинских работников в новостях формировался в основном с помощью иллюстративных фотоснимков и снимков, принадлежащих иностранным ресурсам. В Tengrinews 41 снимок врачей взят из зарубежных источников, на 7 фотографиях источники не указаны, 1 снимок принадлежит редакции и 10 – фотографу. То есть образ врачей и других медицинских работников, формирующийся в нашем сознании, не связан с казахстанскими медиками. Врачи показаны в основном внутри больничных зданий, тесные помещения могут передавать отдельный смысл, и на данных фотографиях можно увидеть, что в больничных палатах очень много медицинских аппаратов. Но так как эти снимки были сделаны не в Казахстане, читателям предлагается образ больниц, далекий от казахстанской реальности.

На изображениях врачи часто имеют усталый вид и находятся между двумя или несколькими пациентами. Довольно часто встречаются снимки, показывающие неравное соотношение врачей и пациентов, где среди множества больных людей всего один медицинский работник. А дезинфекторы изображаются группами, они идут по улице со специальными приборами или работают. Не все снимки дезинфекторов, используемые в прессе, местные. Но по сравнению с фотографиями врачей, на большинстве изображены местные специалисты. Врачи и другие медицинские работники встречаются чаще всех, однако подавляющее большинство снимков – иллюстративные фото, то есть не относящиеся к конкретной сообщаемой новости.

Врачи на фотографиях подаются в новостях как некий абстрактный образ. В сообщениях о COVID-19 реальные снимки врачей были опубликованы лишь в нескольких случаях: скриншот видео из социальных медиа, где иностранный врач со слезами обращается к обществу; казахстанский врач, распространивший ложную информацию; и три врача в новостях о летальных исходах, когда разразился скандал. В остальных случаях образы врачей служили лишь иллюстрацией. Также можно упомянуть и фото дезинфекторов на новостном портале Tengrinews. Обычно они попадали на камеру во время работы. На нескольких снимках они изображены группами, будто военные, идущие строем, а на одной редакционной фотографии снимок был сделан ниже уровня глаз, поэтому дезинфекторы напоминают спасателей на фоне неба.

На сайте Holanews не дается описания фотографий. Только на трех фотографиях изображен логотип портала, что указывает на их принадлежность редакции. Однако поиск использованных в новостях фотографий через систему Google Image Search показал, что, за исключением нескольких снимков, все фотографии принадлежат иностранным информационным агентствам. То есть на фотографиях нет казахстанских реалий, что говорит о формировании у аудитории ложной картины о казахстанских больницах и работе казахстанских врачей. Единственный случай, когда в новостях промелькнуло изображение конкретного человека, – это материал о назначении нового руководителя больницы (Holanews, 5 апреля 2020, 11:36). Еще в двух случаях использовались репортажные снимки описываемых событий, все остальные фотографии – иллюстративные.

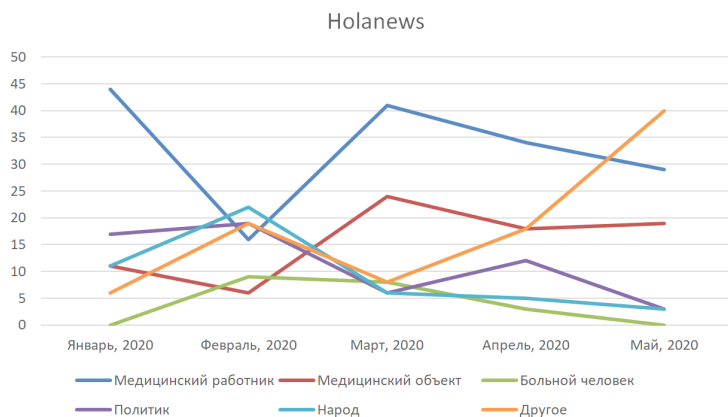


Таблица 5. Динамика изменения категорий изображений в Holanews

Образ ученых во время эпидемии COVID-19

Во время пандемии в казахстанских новостях, как и в случае с врачами, не был сформирован реальный образ исследователя, чья роль была очень значимой на тот момент, – образ ученого. Несмотря на то, что регулярно публиковались новости о них (изобретение вакцины, советы, заявления и др.), образ ученых был одним из самых непопулярных в казахстанских новостях. К тому же нет конкретных фотографий исследователей – все снимки выполняют иллюстративную функцию.

Все фото ученых в новостях Tengrinews взяты из зарубежных источников, и все они иллюстративны. Иными словами, эти снимки могли создать ложное представление о казахстанских лабораториях. Из всех фотографий только на одной изображен конкретный человек – глава Всемирной организации здравоохранения. А на сайте Holanews указан зарубежный источник только одной фотографии, на остальных ссылок на источники нет. Кроме того, с помощью поисковой системы фотографий было установлено, что и остальные снимки не имеют отношения к казахстанским лабораториям и ученым и выполняют иллюстративную функцию.

Изображение вируса и медицинских объектов

Среди фотоснимков, выбранных для исследования, доля изображений вируса очень мала. Тем не менее его можно считать одним из самых распространенных образов во время пандемии. В обоих исследуемых объектах – новостных порталах – иллюстративные изображения коронавируса переданы в оттенках красного цвета. Изображения особо не отличаются друг от друга: это сток-иллюстрации и одна макрофотография вируса, сделанная с помощью микроскопа. Тем не менее есть одно изображение, отличающееся от других – коллаж на сайте Holanews, на котором изображены вирус и самолет. На нем шарообразный вирус будто вылетает из самолета. Это, возможно, иллюстрация мысли, что вирус

прибывает извне. Еще одна деталь, которая отличает иллюстрацию от других, – использование цвета и света. С помощью желто-коричневого оттенка достигается эффект схожести изображения с кадрами из апокалиптических фильмов.

Если говорить об изображениях предметов медицинского характера, использованных в новостях во время пандемии, можно назвать пробирки, наполненные кровью, лекарства, маски, термометры и др. Из использованных изображений медицинских объектов на сайте Tengrinews 17 взяты из зарубежных источников, источники 25 фотографий не указаны, 22 фотографии сделаны фотографом. Сделанных фотографом специальных снимков данной категории намного больше, чем таких же фотографий в других категориях. Данный факт говорит о том, что сайт при формировании образа пандемии, уделял больше внимания этим объектам.

Среди фотографий медицинских объектов часто встречаются снимки с изображением масок, рассыпанных лекарств, термометров, медицинских колб, шприцев, флаконов и пробирок с кровью. Кроме того, есть фотографии машин скорой медицинской помощи, находящихся в пути. Но большинство из них – не казахстанские. В числе снимков, сделанных фотографом, можно отметить один, где изображена последняя таблетка в упаковке (Tengrinews, 14 апреля 2020, 11:11). Данный снимок был использован дважды: в сообщении о том, что скончались несколько человек, и в сообщении, где указано количество людей, у которых выявлен коронавирус. Значение снимка известно только фотографу, однако по нашему мнению, последняя таблетка в упаковке может вызвать беспокойство у читателей.

Фотографии, использованные в новостях Holanews, в основном иллюстративны. Часто встречается коллаж, где шарообразный вирус красного оттенка накрыт маской. Среди фото медицинских объектов есть снимки новых больниц. Но если на одном изображен лишь фасад больницы, на другом – медицинский аппарат, стоящий в белой пустой палате. Еще в двух других сообщениях об открытии новых больниц даны фотоснимки реальных объектов, о которых сообщается. Но фокус на них сделан на начальнике стройки на фоне фасада больницы (Holanews, 20 апреля 2020, 11:22 и 24 апреля 2020, 14:40).

Образ пациента COVID-19

Шестнадцать фотографий больных, использованных в новостях Tengrinews во время пандемии, – из зарубежных источников или же опубликованы без ссылки на источник, а четыре принадлежат другим казахстанским СМИ или же редакции самого портала. Фотографии больных в основном иллюстративны. В сообщении, где больной рассказывает о своем тяжелом состоянии из-за вирусной инфекции, и в сообщении о новых симптомах болезни на снимках показаны части тела реальных больных. В сообщении, где казахстанская девушка, вылечившаяся от коронавируса, делится своей историей, тоже опубликована фотография рассказчика. Кроме того, есть скриншот видео, снятого человеком, лежащим в больнице, на котором больница показана изнутри. Это единственный снимок, где изображен интерьер казахстанской больницы и который напрямую связан с казахстанскими больными, принимающими там лечение

(Tengrinews, 19 июня 2020, 18:20). Кроме этого, как уже было отмечено, реальные изображения даны только в тех случаях, когда сообщается о новых построенных больницах. Обычно больной человек снят лежащим на больничной койке или же на носилках службы скорой медицинской помощи. На большинстве этих снимков около пациента находятся работники больницы или скорой медицинской помощи.

Еще одна группа фотографий, распространенных в этот период, – это снимки рук больных с воткнутыми в них шприцами, иглами или же подсоединенные к каким-либо аппаратам. Такие изображения часто даны в сообщениях о людях, скончавшихся от вируса. В данной категории использовались также изображения больниц и медицинского оборудования, принадлежащие зарубежным источникам. А о состоянии больных в стране можно было судить только по скриншотам видео, распространяемых пользователями социальных сетей. Больные люди на таких изображениях отличаются от других изображений пациентов часто использованных в СМИ.

В новостях Holanews все фотографии по данной категории иллюстративные. Но была опубликована одна фотография, на которой в машине скорой помощи находятся фельдшер и больной человек в маске. Даже если она иллюстративная, это одно из немногих изображений местных больных, опубликованных на сайте.

Если смотреть в целом, фото пациентов, опубликованные в начале пандемии, подтверждают, насколько опасна вирусная инфекция, но создается такое ощущение, что ситуация касается граждан других стран, не казахстанцев. Правда, виды больниц, современная медицинская техника, предметы медицинского назначения (иголки, воткнутые в тело человека, аппараты, подсоединенные к больным), помогали создавать образ больных, страдающих от болезни. Но к концу изучаемого периода, то есть в мае, стали реже использовать фотографии больных людей, и они уже не отображали их тяжелое состояние. Такие образы, возможно, повлияли на изменение отношения к пандемии.

Образы политиков и известных людей в новостях о пандемии

Самые реальные изображения, распространенные в Казахстане во время пандемии, – это образы политиков, известных людей, звезд. Когда любой министр или представитель власти делал заявление, новостные сообщения иллюстрировались их изображениями. И наоборот, когда заявление делали врачи или ученые, авторы и редакторы обращались только к иллюстративным фотографиям, касающимся контекста, или снимкам медицинских объектов.

Фотографии известных людей публиковались на Tengrinews, когда кто-то из узнаваемых личностей делал какое-либо заявление или нарушал режим карантина и был наказан. С одной стороны, целью таких публикаций, возможно, было внушение людям чувства беспокойства и страха. Вместе с тем Holanews использовал фотографии певцов, помогающих населению. На обоих сайтах одно и то же сообщение о смерти известного человека содержало фотографии с применением черно-белого фильтра.

Еще один образ, часто встречающийся в прессе во время пандемии, – это политик, чиновник, государственный служащий, министр, представитель органа управления. Как уже отмечалось ранее, несмотря на то что снимки реальных врачей и ученых, делавших заявления во время пандемии, не соответствовали конкретным материалам, образы политиков, как основных борцов с пандемией, четко конкретизированы. И большая часть таких фотографий, – из местных источников.

Если рядовые граждане на фотографиях были в масках, то фото чиновника в маске впервые было опубликовано в конце апреля. Из общего количества фотографий четыре снимка политиков в маске были опубликованы в апреле, два – в мае. Подытоживая, можем сказать, что в новостных сообщениях во время пандемии на передовой, по версии порталов, оказались не врачи, ученые или рядовые граждане и волонтеры, а политики, чиновники, певцы и другие публичные личности.

Рядовые граждане и другие образы

Если говорить об отображении населения, нет особой разницы между иностранцами и казахстанцами. Тем не менее в начале пандемии в новостях публиковались фотографии иностранцев в масках или же других объектов изображения, снятые зарубежными фотографами. Но с момента внедрения карантина в марте появились снимки от редакции или от фотографов.

В новостях Tengrinews публиковались фотографии людей в масках, идущих по улицам или же находящихся в другой локации, были снимки, где изображено, как гражданам измеряют температуру. Фото, относящиеся к контенту, публиковались, когда казахстанцы и иностранцы массово скупали товары в супермаркетах, когда устраивали праздники, нарушая карантин (скриншоты видео, снятого празднующими людьми), или когда пытались перейти через блокпосты. Снимки людей в реальных обстоятельствах появлялись лишь в сообщениях о происшествиях, имеющих негативный посыл. В других случаях образ простого человека передавался как иллюстративный материал.

На сайте Holanews на большей части фотографий данной категории изображены иностранцы, что как бы отдаляет вирус от Казахстана. Фотографии, непосредственно относящиеся к сообщаемой информации, были опубликованы только в единичном распространения ложной информации матерью и ребенком и когда казахстанцы массово скупали продукты из супермаркетов. По сравнению с публикациями в Tengrinews на этом сайте было больше снимков людей, находящихся достаточно близко к объективам или смотрящих прямо в камеру.

Сотрудники полиции и военные составляют еще одну категорию объектов изображения, распространенных во время пандемии. Снимки людей в черном, стоящих возле блокпостов, стали публиковаться чаще, когда города закрылись на карантин и дома были оцеплены. Наряду с этим фотографии полицейских иллюстрировали как сообщения о контроле над соблюдением масочного режима, так и публикации о розыске людей, вступавших в контакт с зараженными людьми.

Как и на фотографиях с политиками, на снимках данной группы четко видно, что изображены казахстанские военные и казахстанская полиция.

На многих фото сотрудники полиции и военные смотрят в сторону от камеры, только на одном снимке – в сообщении о снятии блокпостов – полицейский смотрит прямо в камеру. В сообщениях об усилении карантинных мер и о закрытии территорий на фотографиях обоих сайтов на переднем плане изображены танки, за которыми стоят машины скорой помощи. Снимая объекты именно с такого ракурса, фотограф, возможно, хотел сказать, что призыв к соблюдению карантина основывается не столько на страхе за здоровье, сколько на боязни силовых карательных мер. По мере увеличения количества зараженных в Казахстане, увеличилась и частота публикаций снимков сотрудников полиции, военных, техники. В отличие от фотографий врачей, все они были сняты в Казахстане.

Распространенные изображения во время пандемии COVID-19 – это безлюдные улицы, дороги, пустые полки магазинов, опустевшие места отдыха. Кроме того, часто изображались красные запрещающие знаки и желтые ленты, обозначающие определенную изолированную зону.

Тренд, четко сформированный в новостях на сайте Holanews, – это гуманитарная помощь. С другой стороны, частое обращение к этой теме, возможно, создало ложное представление о ней. К примеру, когда Казахстан попросил помощи у других стран, сообщение об этом сопровождалось снимком, где друг за другом по дороге едут грузовые машины, хотя на самом деле на фотографии были машины, везущие гуманитарную помощь в другую страну. Тем не менее в двух других сообщениях были опубликованы не иллюстративные снимки, на которых люди выгружают ящики из самолетов и перетаскивают их. То есть фотографии были репортажными, напрямую отображающими то, о чем говорилось в сообщениях.

Следующее, что хотелось бы обсудить в данном исследовании, – публикация сообщений о фейковых новостях на этих сайтах. В новостях Tengrinews в качестве наглядной иллюстрации к сообщению о фейковой информации были опубликованы фотографии человека, распространившего эту информацию. Также в сообщении, в котором министерство комментирует передаваемую по мессенджеру WhatsApp информацию, опубликованы коллажи с изображением телефона и чеснока или мобильного телефона, на котором видны страницы социальных медиа. На сайте Holanews в сообщениях, где госорганы опровергают какую-либо информацию, касающуюся их деятельности, размещались иллюстрации с красной надписью «Фейк». Другие сообщения, опровергающие ложную информацию, не иллюстрируются фотографиями, отражающими содержание. Только в случае распространения фейковой информации, адресованной акимату, появляется «опровергающая» иллюстрация.

Некоторые фотографии, опубликованные на сайтах, могут ввести аудиторию в заблуждение или стать средством манипуляции. Когда Holanews публикует заявления ученых, на фотографии изображены разлетающиеся зонты. Данное фото абсолютно противоположно тексту сообщения. В заголовке вынесен вопрос о том, при какой погоде вирус распространяется медленней, а иллюстрация будто служит ответом, хотя на самом деле, судя по тексту новости, вирус менее активен в теплую погоду.

На сайте Tengrinews также встречаются фотографии, которые не только не отвечают содержанию новостей, но и могут сформировать неправильное мнение у аудитории относительно сообщаемой информации. Например,

текст о предоставлении отдыха тем, у кого есть дети, сопровождается иллюстрацией, на которой изображены дети в аэропорту (готовые улететь на отдых за границу, читатель может предположить). Однако речь шла не об отдыхе за границей, а о предоставлении очередного отпуска.

Заключение

Фотографии, сопутствующие новостям, стали привычным явлением для любого новостного контента. Веб-сайты и социальные медиа позволяют иллюстрировать текст, и поэтому сегодня трудно найти информацию, которую не сопровождала бы фотоиллюстрация. Фотоснимок – это своего рода образ, созданный фотографом в рамках личного восприятия, но в результате взаимодействия с окружением и принятия определенного решения. Фотографии в новостях, ежедневно потребляемых людьми, благодаря наглядности, позволяют глубже понять события, происходящие вокруг. Но также они могут привести к искаженному восприятию того, что мы привыкли называть отражением реальности.

В исследовании были изучены фотографии, опубликованные на сайтах Tengrinews и Holanews на протяжении 5 месяцев. Выявлены основные образы, созданные в данных медиа во время пандемии коронавируса, рассмотрены способы их формирования, изучена динамика их изменения. Несмотря на то, что данная работа не имела своей целью изучить влияние фотографий на аудиторию, она дала нам возможность представить ту картину мира, которая складывается в сознании людей, благодаря фотографиям. В результате исследования мы приходим к следующему заключению.

Образы казахстанских врачей и больниц имеют манипулятивное воздействие или далеки от реальности. Так как большинство изображений врачей, больниц, медицинских работников принадлежат иностранным источникам и настоящие фотографии казахстанских больниц публиковались в считанных случаях – при церемонии открытия новых больниц или когда больные сами снимали такие фото, изображения местных врачей и больниц размытые. Снимки, иллюстрирующие медицинскую технику и современные палаты, не относятся к казахстанским больницам. Поэтому реальность, в которой находились казахстанские врачи и больные, могла значительно отличаться от того, что изображено на этих фотографиях. Демонстрация зарубежных больничных палат могла стать средством манипуляции мнением людей, создания ложного представления о местных врачах и больницах, далекого от правды.

Образы местных политиков переданы четче, чем образы практикующих врачей и ученых. Если фото врачей использовались в основном с иллюстративной целью, то изображения политиков и известных людей были самыми точными и настоящими. Такой подход сформировал понимание, что основными действующими лицами в Казахстане во время пандемии являлись политики, в частности, министр здравоохранения, главный санитарный врач, Президент и т. п. Медицинские работники изображаются исключительно в стрессовой ситуации: в защитных костюмах, в палатах, где полно больных людей или наоборот, где один пациент нуждается во внимании нескольких специалистов.

Образ заболевшего создавался при помощи использования фотографий людей преклонного возраста. Фотографии больных людей в новостях были иллюстративными, они принадлежали зарубежным источникам и изображали не просто страдающих людей, а чаще всего именно людей преклонного возраста. Из этого следует, что создавался образ, во-первых, страдающего от вируса населения, во-вторых, складывалось впечатление, что больные были в большинстве своем пожилыми людьми. Подобной подачей, возможно, новостные ресурсы воздействовали на аудиторию постарше, «отдалили» болезнь от молодежи и подростков.

Фотографии, сопровождающие заявления или новости о соблюдении карантинных мер, могли внушать страх и тревогу. Когда увеличилось количество зараженных, некоторые дома были изолированы и усилились карантинные меры, в новостях стали часто появляться снимки военных; сотрудников полиции, охранников, полностью облаченных в черные одеяния; полицейских машины; укрупнялись детали – к примеру, эмблема Министерства внутренних дел. Казалось, будто важность карантинных мер дается не с позиции медицины, а через массовое внушение страха. Тот факт, что фотографии сотрудников полиции, в отличие от снимков врачей и больниц, являются «местными», обнажает принцип, по которому выбирались те или иные фотографии. То есть для внушения страха используются знакомые образы, которые отражают реальность и близость к ситуации, а для иллюстрации лечения больных применяются снимки с больницами, палатами, врачами и техникой, не соответствующие действительности.

В новостных сообщениях, содержащих заголовки на интересующий аудиторию вопрос, часто давали иллюстрацию, которая могла бы служить прямым ответом на вопрос, заданный в заголовке. Но такие иллюстрации вводили людей в заблуждение или же вовсе не относились к тексту сообщения.

Как было сказано выше, некоторые изображения – особенно в сообщениях, касающихся заявлений врачей или ученых – содержали ответ на актуальный вопрос, поставленный в заголовке, но были абсолютно противоположны контексту или же не соответствовали ему вообще. В то же время сообщения, передающие заявления политиков, иллюстрировались фотографиями политиков или же изображениями, напрямую отвечающими на вопрос (к примеру, изображение со словом «Фейк»).

Основной цвет изображения вируса – красный. Если на сайте Tengrinews вирус изображается по-разному, то на сайте Holanews вирус в основном окрашен в красный, то есть предупреждающий тревожный цвет агрессии.

Список использованной литературы

1. Cárcamo Ulloa, L., Marcos Mora, M., Cladellas Pro, R., Castelló Tarrida, A., (2015) "News photography for Facebook: effects of images on the visual behaviour of readers in three simulated newspaper formats." *Information Research*, 20(1): paper 6.
2. Debrix, F. (2000). "View of Photography, Or The Writing of Light." <https://journals.uvic.ca>. Дата последнего просмотра: 10.11.2020.
3. Kędra, J. (2016). "Enhancing visual literacy through interpretation of photo-genres: toward a genre typology of journalistic photographs." *Journal of Media Practice*. 17: 28-47.
4. Kenney, K. (2002). "Building Visual Communication Theory by Borrowing from Rhetoric." *Journal of Visual Literacy*, 22(1): 53-80.
5. Mitchell, W. J. T. (2002). "Showing seeing: a critique of visual culture." *Journal of Visual Culture*, 1(2): 165-181.
6. Morrow, L. (1993) "In Feeding Somalia and Backing Yeltsin, America Discovers the Limits of Idealism." *Time*, 142: 36.
7. Rössler, P., Bomhoff, J., Haschke, J.F., Kersten, J., & Mülle, R. (2011). "Selection and impact of press photography. An empirical study on the basis of photo news factors." *Communications*, 36(4): 1-20.
8. Tomanić Trivundža, I. 2010. "Photography and the Construction of Collective Identities: Representation of the 'Other' in Slovene Photojournalism." PhD diss., University of Ljubljana.
9. Липпман, У. (2004). *Общественное мнение*. Барчунова Т.В. (ауд.), Москва: Институт фонда «Общественное мнение», 384.
10. Сонгар, С. (2016). *О фотографии*. Гольшев В. (ауд.), Москва: Ад Маргинем Пресс, 272.

КОНСПИРОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В КАЗАХОЯЗЫЧНЫХ МЕДИА

Есенгул Капкызы

Введение

Сегодня можно увидеть, что в период пандемии коронавируса по всему миру появился некий стандарт, или шаблон, конспирологической теории и ложной информации. Аргументы конспирологических теорий и фейковой информации, передаваемые по глобальным медиа, однородны и схожи между собой. Особенно удивляет аналогичность мифов относительно происхождения коронавируса и зоны его распространения.

Есть два вида теории заговора (конспирологии), связанные с коронавирусом. Первый: коронавирус – это специально созданное биологическое оружие. Даже экс-президент США Дональд Трамп в первые дни назвал его «новой мистикой», придуманной демократами. Конечно, к середине марта 2020 года Трамп изменил свое мнение, однако продолжал считать, что опасность вируса переоценена. Консервативные медиа не расставались с сомнением относительно пандемии несмотря на то, что число жертв коронавируса увеличивалось с каждым днем. Распространилась информация о том, что лечение пациентов от COVID-19 в больницах – ложь (Peter Baker & Annie Karni, 2020).

Второй миф про коронавирус: вирус был придуман такими державами, как Китай и Россия или же филантропами вроде Джорджа Сороса и Билла Гейтса. Их цель – контролировать человечество и управлять миром с помощью вакцины. Наряду с этим вирус стали активно связывать с созданием пятого поколения мобильной связи 5G (Ahmed et al., 2020).

Платформа EUvsDisinfo.eu, созданная для борьбы с фейковой информацией, проводит анализ сообщений, передаваемых на 15 языках. Основное направление – борьба с дезинформацией, распространяемой российскими кампаниями. Судя по сведениям данного ресурса, первым ложную информацию о коронавирусе опубликовало информационное агентство Sputnik News (Фон Хайн & Позднякова, 2020).

Одно из распространенных определений конспирологической теории звучит так: создание потока ложной информации определенной группой людей в пользу своих амбиций согласно обоюдному тайному соглашению (Vale, 2007).

Вся сложность в том, что большинство людей верят в конспирологические теории. По мнению Ричарда Хофштадтера (Hofstadter, 1966), данное явление имеет патологический характер. Такая ситуация часто привлекает внимание и социологов, так как имеет выраженный социологический характер (Van Prooijen & van Vugt, 2018).

Автор данной статьи стремится найти ответы на такие вопросы: что предприняли государственные и независимые медиа для опровержения ложной информации, распространяемой через социальные сети?; какие методы они применили для защиты своей аудитории от конспирологических теорий?; какие материалы публиковали интернет-СМИ и традиционные масс-медиа, которые могли бы противостоять ложным сообщениям, быстро распространяющимся среди населения?; поддерживали ли они фейковую информацию в соцсетях?

В качестве объектов исследования выбраны два телеканала, две газеты и один информационный интернет-портал. Критериями, по которым выбирались именно эти объекты, стали уровень тиражирования и форма собственности. Из выбранных средств массовой информации два финансируются государством, три – независимые. Это «Егемен Қазақстан», «Жас Алаш», национальный телеканал Qazaqstan, «31 канал» и Malim.kz.

Цель – проанализировать взаимодействие выбранных печатных изданий, телеканалов и интернет-медиа с ложной информацией и внести вклад в развитие медиакритики в стране. Будучи журналистом, занимаясь при этом научной деятельностью, для изучения этой темы автор выбрала публицистический метод с использованием научных подходов.

Конспирологическое мышление и казахские медиа

В газете «Жас Алаш» опубликованы пять материалов, открыто поддерживающие конспирологические теории. Два из них написал лауреат Государственной премии Республики Казахстан, кавалер ордена «Құрмет» и ордена «Халықтар достығы» II степени, писатель Дулат Исабеков. У писателя, чьи произведения были переведены на несколько языков мира, очень широкая читательская аудитория. Первой его статьи на сайте газеты «Жас Алаш» сегодня нет. Но она скопирована сайтом «Қазақ үні» и все еще доступна для просмотра (Исабеков, 2020а). Количество просмотров – 8346. Если учесть, что данная статья была опубликована в печатной версии газеты, то цифру можно дополнить количеством читателей, которые выписывают издание (ежедневный тираж издания на тот момент – 15 669, еженедельный – 31 338). На сайте Azattyq.org был опубликован материал под заголовком «Дулат Исабеков «Билл Гейтс кедей елдерде вакцинамен балаларды өлтіріп жатыр» дейді. Рас па?» (Дулат Исабеков утверждает, что Билл Гейтс убивает детей из бедных стран с помощью вакцины. Правда ли это?), в котором проанализирована статья писателя, а сообщаемая там информация была объявлена не соответствующей действительности. К примеру, согласно тезису писателя,

Билл Гейтс обвиняется, главным образом, в финансировании лаборатории, где был создан коронавирус, также в том, что выделил 50 миллиардов долларов крупному фармацевтическому центру, чтобы создать вакцину против вируса, которая на самом деле нужна для сокращения населения Земли. Также писатель сообщает о том, что привитые девушки в Республике Гана либо умирали от этой вакцины, либо навсегда теряли возможность иметь детей, о чем сообщила специальная комиссия. Кроме того, как пишет автор, Фонд Билла Гейтса активно участвовал во внедрении вакцины от

вируса папилломы человека в Индии, которая была испытана на 14000 девушек, часть из которых умерли, а оставшиеся стали инвалидами. По мнению Исабекова, весь мир выступает против Билла Гейтса и всемирной фармацевтической компании, чья цель не здоровье человека, а чипирование людей для полного подчинения, но на территории стран СНГ только Казахстан поддерживает это преступное намерение (Меделбек & Кантарбай, 2020).

Авторы статьи Руслан Меделбек и Жанара Кантарбай проанализировали данный тезис и сделали вывод о том, что информация ложная.

Однако Дулат Исабеков на этом не остановился и написал ответную статью – 14 июля (2020) опубликовал материал под заголовком ««Азаттық» кімнің сойылын соғып жүр?» («Под чью дудку пляшет «Азаттық»?»). Количество просмотров – 122. В данном материале автор нвоскликает:

«Азаттық радиосы» вдруг стало рьяным защитником Билла Гейтса и пытается обелить его. Дорогие мои, зачем вам это нужно? Или это чей-то заказ? Ничего из того, о чем я написал в этой статье, не придумано мной – все факты взяты из российской газеты «Комсомольская правда» (10–17 июня, 2020 г.), чей тираж превышает миллион экземпляров (Исабеков, 2020b).

Доводы писателя предполагают, что существует абсолютное доверие информации, если она публикуется в «Комсомольской правде». Однако в исследованиях Маттиаса фон Хайна и Наталии Поздняковой для издания Deutsche Welle утверждается, что конспирологические теории исходят как раз от России (Фон Хайн & Позднякова, 2020). Постоянные наблюдения аналитиков EUvsDisinfo за потоком информации, распространяемой российскими СМИ и масс-медиа, приближенных к Кремлю, показали, что все фейковые новости шаблонные. Авторы упомянутой статьи, опубликованной в Deutsche Welle, среди прочего, отмечают такие шаблоны как: вирус – изобретение Пентагона ради укрепления превосходства США, в его распространении заинтересована мировая элита, цель пандемии – мировой порядок, основанный на тирании и др. Автор публикации в издании «Жас Алаш» поддерживает эти стандарты и поэтому настроен против известного филантропа Билла Гейтса.

В номере газеты «Жас Алаш» от 14 июля (2020) опубликована статья известного спортивного комментатора Амангелды Сейтхана под заголовком «Ар мен нәпсі соғысы жүріп жатыр» («Идет борьба между алчностью и честью»). Журналист нацелен на пропаганду здорового образа жизни. Он призывает аудиторию заняться спортом на свежем воздухе, при этом заявляет, что национальный напиток кумыс и конина лечат от коронавируса. Другой способ излечиться от вируса, по его мнению, – дыхательные упражнения. Конечно, возможно, автор и не думал распространять ложную информацию, но его утверждение о том, что национальные блюда лечат коронавирус, вводят людей в заблуждение (Сейтхан, 2020).

К конспирологическим теориям прибегают и для того, чтобы избавиться от каких-либо внутренних комплексов, которые касаются либо самого человека, либо группы, к которой он относится (Douglas et al., 2017). Вера в такую теорию с целью защиты собственных интересов напрямую связана с нарциссизмом – то есть это самовозвышение и желание признания своих достоинств (Cichocka et al., 2015). Такие теории

рождаются из-за коллективного нарциссизма, то есть из убеждения в том, что другие не в достаточной степени оценивают особенности и достоинства той или иной группы (Сішока et al., 2015). Если смотреть с такой точки зрения, можно прийти к выводу, что утверждения о лечении коронавируса с помощью водки, чеснока или национальных блюд исходили из желания подчеркнуть особенности нации и возвеличить ее (Douglas et al., 2017).

Историк и медиааналитик из Лидского университета Илья Яблоков в своем труде «Русская культура заговора: конспирологические теории на постсоветском пространстве» пишет:

По мнению социальных психологов, вера в теорию заговора рождается из-за сомнений и неуверенности. Поэтому если кто-либо верит в одну конспирологическую теорию, то поверит и во вторую, даже если они будут противоречить друг другу. В основном это зависит от того, в каком положении находится человек (Яблоков, 2020: 21).

С этой позиции можно рассмотреть следующую статью газеты «Жас Алаш». Она пытается поднять шумиху вокруг идеи, что Россия и Белоруссия намерены истребить казахов, воспользовавшись коронавирусом. В статье под названием «Одақбастар ойынында қазақтың денсаулығы құрбандыққа шалынып кетпесін» («В игре союзников может пострадать здоровье казахов») сообщается о том, что в Казахстан планируется завезти российское лекарство «Авифавир» («Фавипиравир»), чтобы уничтожить местное население.

На сайте Factcheck.kz – представителя международной организации по борьбе с распространением ложной информацией в Казахстане – сообщается о том, что данное лекарство занесено в протокол лечения коронавируса в Казахстане. Однако, как пишут на сайте, еще нет исчерпывающих ответов на вопросы о том, насколько оно может повредить здоровью и действительно ли оно поможет в лечении коронавируса. Но в упомянутой выше статье, опубликованной в «Жас Алаше», достаточно непроверенных или даже ложных предположений. Например, в следующем отрывке легко заметить политическое манипулирование:

Буквально вчера все СМИ наперебой сообщали о прибытии в Казахстан самолета Министерства по чрезвычайным ситуациям России. Никто не гарантирует того, что данная делегация не будет навязывать российское лекарство от коронавируса нашим больным вместе с вакциной, которую готовит наше министерство здравоохранения. (...) Казахстан, проигравший в политической игре своему северному соседу, решил принести ему в жертву здоровье своих граждан (Акылбай, 2020).

Манипулятивная тактика подразумевает здесь замалчивание источника артефакта или же редактирование с целью изменения контекста артефакта и его смысла или же его утаивание. Кроме того, тактика применяется с помощью мошеннических алгоритмов, когда боты и спамы искусственно координируют аудиторию. Дезинформация – это субжанр медиаманипуляции, которая с какой-либо политической целью придумывает ложную информацию и распространяет ее.

Мы не встречаем фейковую информацию о коронавирусе в официальных источниках, но наталкиваемся на множество таких

манипулятивных приемов. В частности, в государственных медиа наблюдаем скрытую пропаганду российской и казахстанской вакцины. К примеру, в газете «Егемен Қазақстан» опубликованы 8 статей на тему отечественной вакцины. Одна из них, статья Дины Керим, называется «Қазақстандық екпе келешегі зор 200 вакцина қатарында» («Казахстанская вакцина в числе самых перспективных 200 вакцин»), (Керим, 2020а). Однако сайт Factcheck.kz пишет о том, что данная информация преследует манипулятивную цель. Конечно, «Егемен Қазақстан» ссылается на сайт газеты The Washington Post. Тем не менее Factcheck.kz приводит следующие аргументы о том, что казахстанская вакцина не относится к перспективным на данный момент:

Сегодня центр отслеживает в общей сложности 203 вакцины-кандидата. Двадцать шесть из них в настоящее время находятся на той или иной стадии клинических испытаний. Десять вакцин-кандидатов исследователи выделили в качестве ведущих – это те, что продвинулись дальше остальных в клинических испытаниях. Возглавляют рейтинг кандидаты, вышедшие на III стадию. Казахстанских вакцин в этом списке нет (Бочарова, 2020).

Такие же материалы мы часто видим на главном телеканале республики – на национальном телеканале Qazaqstan. То есть главные государственные медиа страны нацелены на то, чтобы внедрить в сознание людей мысль в том, что казахстанская и российская вакцины – самые лучшие. Например, 25 августа в программе «Ақпарат» Qazaqstan сообщает о том, что казахстанская вакцина против COVID-19 вошла в список лучших 200 вакцин мира. В выпуске новостей за 29 августа радостно передают: «ВОЗ допустил к клиническим испытаниям всего 33 вакцины, изготовленные в 19 странах. Стоит отметить, что в список государств, получивших разрешение международной организации, из стран СНГ вошли только Казахстан и Россия» (Сейітхан, 2020b). Таким образом, и национальный телеканал Qazaqstan особое внимание уделял пропаганде отечественной и российской вакцины.

В газете «Егемен Қазақстан» от 17 июня Гульбаршын Айтжанбайқызы опубликовала сообщение «Коронавирустың емі табылды» («Найден способ лечения от коронавируса»), в котором пишет о том, что «Дексаметазон» зарегистрирован как лекарство против коронавируса. Но, к сожалению, лекарство от коронавируса еще не найдено. Журналист газеты «Егемен Қазақстан» также пишет о том, что ученые нашли способ лечения, не имеющий аналогов в мире (Айтжанбайқызы, 2020). Также сообщается, что этот метод еще не применялся в лечении коронавируса. То есть еще не доказано, что метод является действенным для лечения коронавируса. Такую же информацию мы находим и на национальном телеканале Qazaqstan. К примеру, в своем репортаже Махамбет Бейбитшилик рассказывает о мази, помогающей предупредить коронавирус, которую изготовил казахский ученый Ерлан Сулейменов (Бейбитшилик, 2020). Однако не сообщается, подтверждено ли, что изобретение казахского ученого можно применять в лечении. В другом репортаже без указания авторства отмечается, что кумыс применяют в лечении коронавируса (Qazaqstan, 2020a).

В июне и июле, когда эпидемиологическая ситуация в стране ухудшилась, меры, применяемые против нее, были довольно слабыми: не хватало мест в больницах, наблюдался дефицит лекарств в аптеках, не было

аппаратов искусственной вентиляции легких и цены на продукты питания поднялись. К сожалению, в изданиях, финансируемых государством, публиковалось очень мало информации, отражающей настоящее положение дел в стране на тот момент, или они не публиковались вовсе. В материалах объектов наших исследований – «Егемен Қазақстан» и национального телеканала Qazaqstan – применялись, можно сказать, методы манипуляции путем предоставления аудитории информации прямо противоположной реальной ситуации. В указанный выше период лекарств в аптеках не хватало и цены на них подскочили. Несмотря на то, что в независимых медиа и социальных сетях было много информации об этом, официальные издания закрывали глаза на такие проблемы. Наоборот, в них регулярно сообщалось, что Казахстан готов к пандемии коронавируса, аптеки полностью обеспечены лекарствами и цены на продукты питания находятся под контролем. В коротких сообщениях читателей заверяли в том, что ситуация в стране под контролем, например: «Елордаға 2,5 млн қорап дәрі жеткізілді» («В столицу привезли 2,5 млн упаковок лекарств»), (Керим, 2020b); «Дәріханаларға еріктілер бекітілген» («К аптекам прикреплены волонтеры»), (Елшибай, 2020); «Ералы Тоғжанов Атыраудағы эпидемиологиялық жағдайды тексерді» («Ералы Тоғжанов проверил эпидемиологическую ситуацию в Атырау»), (Кошербайулы, 2020); «Нұротандықтар Павлодардағы ауруханаларға Бобров аппараттары мен дәрі-дәрмек жіберді» («Нуротановцы отправили в Павлодар аппараты Боброва и лекарства»), (Керим, 2020с).

Тем не менее в номере газеты «Егемен Қазақстан» от 2 июля была публикация под заголовком «Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат» («Болезнь прогрессирует: лекарств нет, маски дорогие»), (Есаман, 2020). В ней говорится о дефиците лекарств в Жамбылской области. Но ситуация не анализируется, и тема не исследуется. Только после того, как официальные органы признали дефицит лекарств, публикуются статьи о нескольких фактах подпольной или же незаконной реализации лекарств. Но в полной мере реальная ситуация в стране на тот момент в официальных СМИ не отражалась.

Серия таких же сообщений прошла в эфире национального телеканала Qazaqstan. Например, такие новости: «3 миллион қораптан астам дәрі жеткізіледі» («Привезено более 3 миллионов упаковок лекарств»), (Маратулы, 2020); «Емдеу мекемелері дәрі-дәрмекпен толық қамтылады» («Лечебные учреждения полностью обеспечены лекарственными препаратами»), (Ығыл, 2020); «Алматыда дәрі-дәрмек тапшылығы шешімін тапты» («Проблема дефицита лекарств в Алматы успешно решена»), (Нурақын, 2020); «Дәрі-дәрмектің негізсіз қымбаттауына жол берілмейді» («Безосновательное поднятие цен на лекарства не допустят»), (Qazaqstan, 2020); «Дәріханаларға қажетті дәрі жеткізіліп жатыр» («Аптеки обеспечивают необходимыми лекарствами»), (Qazaqstan, 2020). Отсюда можно сделать вывод о том, что официальные СМИ не рассказывали о настоящих проблемах в стране.

Другую ситуацию мы наблюдаем на следующих объектах исследования – на «31 канале» и на сайте Malim.kz. Данные медиа делают акцент на информацию, исходящую от местных жителей, чтобы дать как можно точную реальную картину. В программе «Сөздің шыны керек» (По правде говоря) Ирина Советжанкызы на «31 канале» старается выяснить правду о специальном месте захоронения в Алматы тех, кто скончался от коронавирусной инфекции. Выпуск программы от 21 мая посвящен

теме о коронавирусном кладбище. Журналист задается вопросом о том, почему вместе с умершими от коронавируса хоронят тех, кто скончался от других болезней. Согласно данным журналиста, на упомянутом кладбище похоронены 30 человек, умерших от коронавируса, но, по официальной статистике, скончались только 10 человек с таким диагнозом. Также сообщается, что распространению среди населения различных слухов про коронавирус способствует тот факт, что врачи не дают полной информации о своих пациентах. Подобные сомнительные действия со стороны властей только усиливают недоверие граждан, отмечает журналист (Советжанкызы, 2020).

В выпуске программы от 28 мая на тему «Коронавирустан қайтыс болғандарды қайтіп жерлейді?» («Как хоронят умерших от коронавируса?») человека, умершего от коронавируса, журналист называет «жертвой статистики». Это же определение было дано в Malim.kz, когда в интернет-издании был опубликован материал под названием «Коронавирустан қайтқандардың санын жасанды түрде көбейтіп отыр ма?» («Количество умерших от коронавируса увеличивается искусственно?»), (Malim.kz, 2020a). В обоих СМИ освещается одна и та же история.

Загадочная смерть брата Ляззат Дуйсембековой вынуждает его родных сомневаться в произошедшем. Родственники не верят в то, что он умер от коронавируса и поэтому использовали словосочетание «ради статистики». Далее эту фразу подхватывают и СМИ. Предположения родственников фактами не подкреплены, а ответы официальных органов не конкретные, а по отдельным случаям ответов и вовсе не последовало. Опубликовав материалы про этот случай, СМИ только усилили недоверие населения к сообщениям о коронавирусе.

Malim.kz публикует некоторые материалы на основе информации, полученной из социальных сетей. В таких случаях, когда социальные сети выступают источником информации, их достоверность должна проверяться. Однако сайт не считает нужным отправлять запрос в официальные органы, чтобы проверить достоверность некоторых сообщений из соцсетей. К примеру, материал «Ақтөбеде мәйітханалар толып кетті» («Морги в Актөбе переполнены») написан лишь на основе сообщения пользователя социальных сетей (Кожанова, 2020). Попытки поехать в те самые морги или получить от них официальный ответ, чтобы проверить достоверность информации, не предпринимались. В качестве официального комментария приводится сообщение советника акима Актюбинской области Асета Калиева о том, что в июне пневмония унесла жизни 47 человек. Так как информация была взята из недостоверного источника, она не вызывает доверия, а также может ввести читателей в заблуждение.

Такое же сомнительное сообщение было опубликовано под заголовком «Қызылордада коронавирусты емдейтін емші шықты» («В Кызылорде появился знахарь, лечащий коронавирус»), (Нуржанулы, 2020). В наибольшем сообщении говорится о том, что знахарь лечит и коронавирус, и пневмонию и планирует обойти весь Казахстан, чтобы победить вирус. На тот момент не были созданы ни лекарство, ни вакцина, ни другой способ борьбы с коронавирусом. Но местные СМИ поощряют подобные новости, вместо того чтобы разоблачать фейковую информацию.

К тому же в Malim.kz опубликован переведенный материал российского ТАСС о том, что коронавирус появился в результате конкуренции между

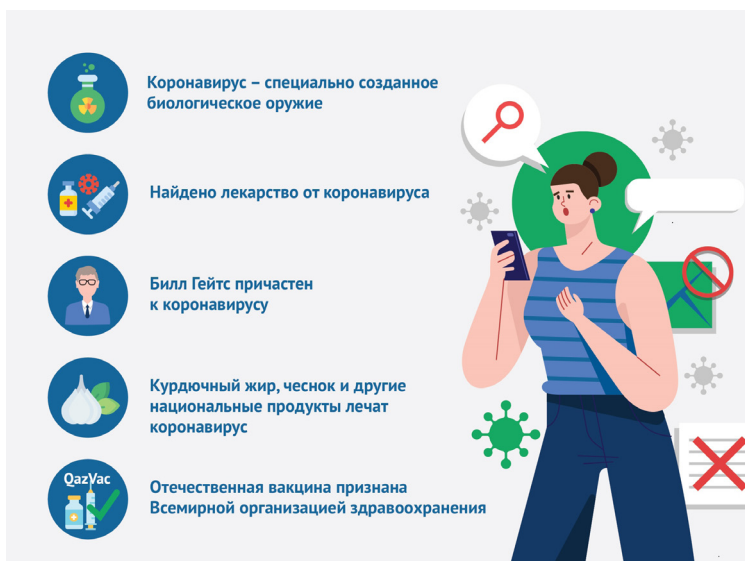
Китаем и США (Malim.kz, 2020b). ТАСС опубликовал материал Fox News о создании вируса в китайской лаборатории и запасил мнение Трампа по этому поводу. Трамп не подтвердил эту теорию, но и не опроверг. С какой целью сайт опубликовал данный материал – непонятно.

Выводы

Ложная информация в Казахстане распространяется не только через социальные сети, но и через газеты и интернет-издания, занимающиеся серьезной журналистикой. Можно классифицировать дезинформацию следующим образом:

1. Коронавирус – специально созданное биологическое оружие.
2. Найдено лекарство от коронавируса.
3. Билл Гейтс причастен к коронавирусу.
4. Курдючный жир, чеснок и другие национальные продукты лечат коронавирус.
5. Отечественная вакцина признана Всемирной организацией здравоохранения.

Эти фейковые новости распространены не только в казахстанских соцсетях, они очень схожи с теми, что встречаются в мировых медиа – отличаются только каналами передачи и форматом.



В заключение можно сказать, что СМИ не передают напрямую зомби-фейки, разосланные по социальным сетям. К тому же в рассмотренных нами медиа часто выходили предупреждения о том, что за распространение заведомо ложной информации предусмотрено наказание и что разного рода слухи,

передаваемые в соцсетях, не соответствуют действительности. Тем не менее имеют место факты публикации материалов, противоречащих здравому смыслу. Если проанализировать поток дезинформации в СМИ, ее можно разделить на две группы. К первой относятся те публикации, в которых открыто поддерживалась конспирологическая теория с целью ввести аудиторию в заблуждение; ко второй группе – те, что прибегали к манипулятивным методам с целью скрыть реальную ситуацию, в которой оказалась страна. Сомнительные действия со стороны властей также не позволяли СМИ получать достоверные сведения и толкали их на разные доводы и предположения.

Список использованной литературы

1. Ahmed, Wasim., Vidal-Alaball, Josep., Downing, Joseph & Seguí, Francesc López (2020). COVID-19 and the 5G Conspiracy Theory: Social Network Analysis of Twitter Data. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5): e19458.
2. Baker, Peter & Karni, Annie (2020). Trump Accuses Media and Democrats of Exaggerating Coronavirus Threat. *Nytimes.com*. 28 February. <https://www.nytimes.com/2020/02/28/us/politics/trump-accuses-media-democrats-coronavirus.html> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
3. Cichocka, Aleksandra & Marchlewska, Marta & Golec de Zavala, Agnieszka & Olechowski, Mateusz. (2015). They will not control us: Ingroup positivity and belief in intergroup conspiracies. *British Journal of Psychology*, 107(3), 556–576.
4. Donovan, Joan (год неизвестен). The Lifecycle of Media Manipulation. *DataJournalism.com*, <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/investigating-disinformation-and-media-manipulation/the-lifecycle-of-media-manipulation> Последняя дата просмотра: 09.12.20.
5. Douglas, Karen M., Sutton, Robbie M. & Cichocka, Aleksandra (2017). The Psychology of Conspiracy Theories. *Current Directions in Psychological Science*, Vol. 26(6) 538–542.
6. Hofstadter, Richard. (1966). The paranoid style in American politics. In Hofstadter, R. (Ed.), *The paranoid style in American politics and other essays* (pp. 3–40). New York, NY: Knopf.
7. Jeffrey M. Bale (2007) Political paranoia v. political realism: on distinguishing between bogus conspiracy theories and genuine conspiratorial politics. *Patterns of Prejudice*, 41(1), 45–60.
8. Malim.kz (2020). Коронавирустан қайтқандардың санын жасанды түрде көбейтіп отыр ма? *Malim.kz*, 18 мая, <https://malim.kz/3024/> Последняя дата просмотра 18.12.2020.
9. Malim.kz (2020b). Коронавирус Қытай мен АҚШ бәсекесінен пайда болған. *Malim.kz*, 16 апреля, <https://malim.kz/2674/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
10. Qazaqstan (2020a). Коронавирустан емдеу үшін қымыз қолданылуда. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 4 августа, <https://qazaqstan.tv/news/129788/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
11. Qazaqstan (2020b). Дәрі-дәрмектің негізсіз қымбаттауына жол берілмейді. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 5 июля, <https://qazaqstan.tv/news/128877/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
12. Qazaqstan (2020c). Дәріханаларға қажетті дәрі жеткізіліп жатыр. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 7 июля, <https://qazaqstan.tv/news/128898/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
13. Van Prooijen, Jan-Willem & van Vugt, Mark (2018). Conspiracy Theories: Evolved Functions and Psychological Mechanisms. *Perspectives on Psychological Science*, Vol. 13(6) 770–788.
14. Айтжанбайқызы, Гүлбаршын (2020). Коронавирустың емі табылды. Егемен Қазақстан, 17 мая, <https://egemen.kz/article/239544-koronavirustynh-emi-tabyldy> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
15. Ақылбай, Әділ (2020). Одақбастар ойынында қазақтың денсаулығы құрбандыққа шалынып кетпесін. Жас Алаш, 9 июля, <https://zhasalash.kz/sayasat/odaqbastar-ojynunda-qazaqtyn-densaulygy-qurbandyqqa-shalynyp-ketpesin-10915.html> Последняя дата просмотра: 09.12.20.
16. Бейбітшілік, Махамбет (2020). Қазақ ғалымы коронавирустың алдын алатын жақпай май ойлап тапты. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 16 марта, <https://>

qazaqstan.tv/news/124427/ Последняя дата просмотра: 18.12.2020.

17. Бочарова, Маргарита (2020). Манипуляция/Коронавирусқа қарсы қазақстандық вакцина үздік 200-ке енді. Factcheck.kz, <https://factcheck.kz/kaz/basty-bet1/manipulyaciya-koronaviruska-karsy-kazakstandyk-vakcina-uzdik-200-ke-endi> Последняя дата просмотра: 09.12.20.
18. Елшібай, Ғалымжан (2020). Дәріханаларға еріктілер бекітілген. Егемен Қазақстан, 25 июля, <https://egemen.kz/article/243459-darikhanalargha-eriktiler-bekitilgen> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
19. Есаман, Хамит (2020). Ауру асқынды: дәрі жоқ, маска қымбат. Егемен Қазақстан, 2 июля, <https://egemen.kz/article/241099-auru-asqyndy-dari-dgoq-mask-qymbat> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
20. Исабеков, Дулат (2020a). Дүрліккен дүние және бейғам Қазақстан Qazaq uni, 25 июня, <https://qazaquni.kz/rukhaniyat/148203-dulat-isabekov-durlikken-dunie-zhane-b> Последняя дата просмотра: 13.12.20.
21. Исабеков, Дулат (2020b). Азаттық кімнің сойылын соғып жүр? Жас Алаш, 14 июля, <https://zhasalash.kz/sayasat/azattyq-kimnin-sojylyn-sogyp-zhur-11049.html> Последняя дата просмотра: 13.12.20.
22. Керім, Динар (2020a). Қазақстандық екпе келешегі зор 200 вакцина қатарында. Егемен Қазақстан, 25 августа, <https://egemen.kz/article/246562-qazaqstandyq-ekpe-keleshegi-zor-200-vaksina-qatarynda> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
23. Керім, Динар (2020b). Елордаға 2,5 млн қорап дәрі жеткізілді. Егемен Қазақстан, 25 июля, <https://egemen.kz/article/243465-elordagha-25-mln-qorap-dari-dgetkizildi> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
24. Керім, Динар (2020c). Нұротандықтар Павлодардағы ауруханаларға Бобров аппараттары мен дәрі-дәрмек жіберді. Егемен Қазақстан, 20 июля, <https://egemen.kz/article/242978-nurotandyqtar-pavlodardaghy-aurukhanalargha-bobrov-apparatary-men-dari-darmek-d> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
25. Көшербайұлы, Жолдасбек (2020). Ералы Тоғжанов Атыраудағы эпидемиологиялық жағдайды тексерді. Егемен Қазақстан, 25 июля, <https://egemen.kz/article/243456-eraly-toghdganov-atyraudaghy-epidemiologiyalyq-dgaghdaydy-tekserdi> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
26. Қожанова, Жанар (2020). Ақтөбеде мәйітханалар толып кетті. Malim.kz, 29 июня, <https://malim.kz/5202/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
27. Ли, Виктория (2019). Словарь фактчекера. <https://factcheck.kz/glavnoe/slovar-faktchekera/> Последняя дата просмотра: 17.12.2020.
28. Маратұлы, Досжан (2020). 3 миллион қораптан астам дәрі жеткізіледі. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 4 июля, <https://qazaqstan.tv/news/129125/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
29. Меделбек, Руслан & Қаңтарбай, Жанара (2020). Дулат Исабеков Билл Гейтс кедей елдерде вакцинамен балаларды өлтіріп жатыр дейді. Рас па? Азаттық радиосы, 08 июля, <https://www.azattyq.org/a/dulat-isabekov-article-fact-checked/30714109.html> Последняя дата просмотра: 13.12.20.
30. Нұрақын, Қуан (2020). Алматыда дәрі-дәрмек тапшылығы шешімін тапты, Қазақстан ұлттық телеарнасы, 13 июля, <https://qazaqstan.tv/news/129099/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
31. Нұржанұлы, Абай (2020). Қызылордада коронавирусты емдейтін емші шықты. Malim.kz, 29 июля, <https://malim.kz/6177/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
32. Сейітхан, Амангелді (2020a). Ар мен нәпсі соғысы жүріп жатыр. Жас Алаш, 14 июля, <https://zhasalash.kz/sayasat/ar-men-napsi-sogysy-zhurip-zhatyr-11052.html> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
33. Сейітхан, Амангелді (2020b). COVID-19-ға қарсы қазақстандық вакцина

- әлемдегі үздік 200 екенің қатарына қосылды. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 25 августа, <https://qazaqstan.tv/news/130363/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
34. Советжанқызы, Ирина (2020). Коронавирус зиратының шындығы қандай? 31 канал, 21 мая, <https://www.youtube.com/watch?v=Ccrh66lGPZc> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
35. Маттиас фон Хайн & Позднякова, Наталья (2020). Фейки о коронавирусе: как COVID-19 стал «биологическим оружием» Deutsche Welle, 02.04.2020., <https://www.dw.com/ru/фейки-о-коронавирусе-как-covid-19-стал-биологическим-оружием/a-52981908> Последняя дата просмотра: 17.12.2020.
36. Ығыл, Нысаналы (2020). Емдеу мекемелері дәрі-дәрмекпен толық қамтылады. Қазақстан ұлттық телеарнасы, 14 июля, <https://qazaqstan.tv/news/129126/> Последняя дата просмотра: 18.12.2020.
37. Яблоков, Илья (2020). Русская культура заговора: Конспирологические теории на постсоветском пространстве, Москва; Альпина Диджиталь.

НЕЗАВИСИМАЯ ЭКСПЕРТИЗА НА КАЗАХСТАНСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ КАК ФАКТОР ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЮ ДЕЗИНФОРМАЦИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Маргарита Бочарова

Введение

11 марта 2020 года Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) назвала вспышку нового типа коронавируса пандемией, и уже 19 мая официально призвала государства-члены «предоставлять населению достоверную и всеобъемлющую информацию» и «предпринимать шаги по противодействию распространению ложных слухов и дезинформации» в контексте борьбы с COVID-19 (WHO, 2020a). 23 сентября к государствам-членам в совместном заявлении, помимо ВОЗ, обратились Организация Объединенных Наций, Детский фонд ООН, Программа развития ООН, ЮНЕСКО, Объединенная программа ООН по ВИЧ/СПИД, Международный союз электросвязи, инициатива ООН «Глобальный пульс» и Международная федерация обществ Красного Креста и Красного Полумесяца. На этот раз авторитетные международные организации призвали правительства «разработать и осуществить планы действий по борьбе с инфодемией» (WHO, 2020b). Под инфодемией в документе подразумевался переизбыток информации, включающий в себя намеренные попытки распространения ложных сведений. К последствиям инфодемии ВОЗ отнесла невостребованность диагностических тест-систем, неэффективность кампаний иммунизации, бесконтрольное распространение вируса, поляризацию общественного мнения, распространение риторики ненависти, рост нарушений прав человека и, наконец, унесенные жизни людей. Исследователи подсчитали, что за первые три месяца пандемии дезинформация вокруг коронавируса спровоцировала по крайней мере 800 смертей, около 5800 человек были госпитализированы (Islam et al., 2020). В ходе расследования журналисты BBC также установили связь между распространением ложной информации и некоторыми фактами нападения и поджогов (Spring, 2020).

В ответ на призывы ВОЗ и неконтролируемое распространение фейков о коронавирусе казахстанское правительство по примеру многих стран мира предприняло ряд мер. Одним из самых значимых таких мероприятий стало создание при поддержке Министерства информации и общественного развития интернет-портала Stopfake.kz (Демесина, 2020). Сайт, по словам главы ведомства Аиды Балаевой, создан «для быстрого реагирования на разного рода ложную информацию» (Айтжанова, 2020). Масштаб ее распространения на территории Казахстана и других стран Центральной Азии убедительно продемонстрировал

спецпроект трех независимых фактчекинговых редакций «Коронавирус, нет, нет, нет» (Infodemiya, 2020).

Помимо уполномоченного государственного органа, борьбу с фейками о коронавирусе вели и продолжают вести многие казахстанские медиа, в том числе телеканалы. Их особую роль в этом процессе предопределяет традиционно высокий уровень доверия аудитории и заметно возросший во время действия ограничительных мер интерес к получению информации с телеэкранов. Так, за первые недели после объявления на территории Казахстана режима чрезвычайного положения телесмотрение в республике выросло на 22 %. При этом значительно выросло смотрение телевизора у возрастных категорий, которые до пандемии чаще предпочитали другие источники информации: 18–24 года – на 32 %, 25–34 года – на 41 %. В целом рейтинг казахстанских телеканалов вырос на 27 %, охват – на 8 %, время просмотра – на 12 %. Примечательно, что время просмотра информационных программ увеличилось на целых 42 минуты. И если до карантина среднестатистический казахстанец посвящал просмотру новостей около 9 % своего времени у телевизора, с объявлением карантина эта доля выросла до 11 % (Королева, 2020).

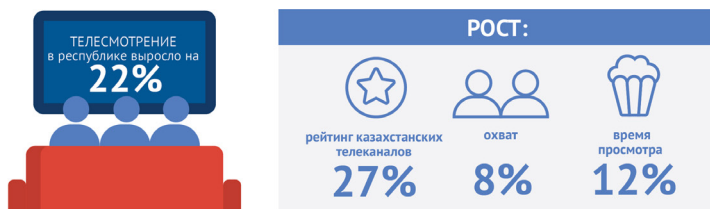
Интерес к теленовостям – общемировой тренд, проявившийся с началом пандемии. В разных странах журналисты по-разному пытались использовать эту тенденцию в целях борьбы с дезинформацией. В Турции, например, независимый фактчекинговый проект Teyit начал в ежедневном формате производить для одного из трех крупнейших новостных телеканалов по одноминутному ролику, опровергающему распространенные мифы о коронавирусе (Kelly, 2020). Вместе с тем, телевидение в процессе противостояния фейковым новостям может играть и деструктивную роль, способствуя дальнейшему распространению заведомо ложной информации (Sutu, 2019). Таким образом, имеющиеся разрозненные данные не позволяют сформировать однозначное мнение о роли телевидения в борьбе с дезинформацией. Рассматриваемая проблема является вызовом для многих телеканалов по всему миру, заставляя изобретать все новые способы донесения до аудитории исключительно достоверной информации – особенно о событиях, происходящих в прямом эфире (Fischer, 2020).

Казахстанские телеканалы также вынуждены были реагировать на повестку дня, которая с началом пандемии в значительной степени состояла из непроверенной и ложной информации о коронавирусе. В качестве главного противовеса фейковым сообщениям, как правило, выступали официальные комментарии уполномоченных госслужащих. При этом не стоит недооценивать важность доведения до широкой аудитории альтернативных экспертных точек зрения: это способствует развитию критического мышления, аналитического подхода к ситуации, принятию правильных решений. В этой связи целью данной работы является выявление роли независимых экспертов, выступавших во время карантина по телевидению, в противодействии распространению дезинформации о коронавирусе.

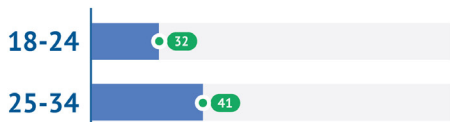
Методология

В качестве объектов исследования были выбраны выпуски новостей трех республиканских телеканалов. Время выхода новостей в эфир

соответствовало традиционному понятию о вечернем прайм-тайме в будни. Речь идет о часах наиболее активного просмотра телевидения: с 19:00 до 22:00. Для анализа первоначально было решено использовать соответствующий контент КТК и «Первого канала «Евразия». По данным TNS Kantar, новостные продукты именно этих телеканалов зачастую входят в число самых рейтинговых программ на казахстанском телевидении (Королева, 2020). Оба телеканала являются частными. Кроме них, в ходе исследования были проанализированы вечерние выпуски новостей круглосуточного новостного телеканала «Хабар 24», который входит в состав государственного медиахолдинга «Агентство «Хабар»» и фактически находится на противоположной стороне телеспектра. Таким образом, выбор телеканалов – кроме рейтинговых показателей – обусловлен намерением сравнить потенциал противодействия распространению дезинформации на частных и государственных каналах.



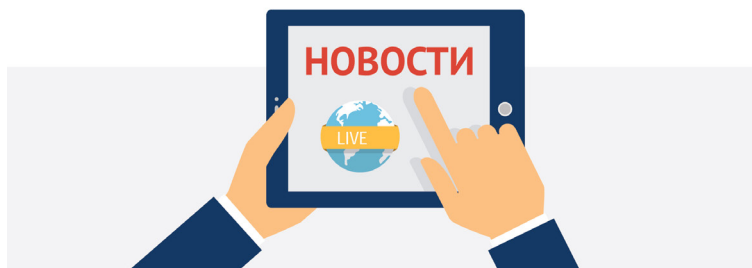
РОСТ СМОТРЕНИЯ ТЕЛЕВИЗОРА У ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ



время просмотра информационных программ увеличилось на 42 минуты



доля просмотра новостей выросла до 11%



В ходе работы был осуществлен качественный контент-анализ 339 выступлений независимых экспертов, продемонстрированных в эфире выбранных телеканалов в период действия на территории Республики Казахстан официального карантина: с 19 марта по 17 августа 2020 года. Информация по каждому телекомментарии вносилась в специальную таблицу, где фиксировалась дата выпуска, гиперссылка на него, тайм-код начала выступления, имя и фамилия эксперта, вариант его представления в эфире телеканала и краткое содержание сказанного. Все комментарии затем были распределены в рамках 14 тематических групп: «Инфодемия», «Экономика/Благополучие», «Аптеки/Медикаменты», «Образование», «Здравоохранение», «Психология/Здоровье», «Правопорядок/Права человека», «Туризм», «Экология», «Занятость», «Вакцина от COVID-19», «Вторая волна COVID-19», «Политика/Госуправление», «Реакция на заявления Елбасы». Группа под условным названием «Инфодемия» включила в себя все экспертные мнения, опровергающие или подтверждающие распространенные в обществе мифы и слухи о коронавирусе.

На заключительном этапе исследования был осуществлен подсчет относительных долей присутствия тех или иных тем в экспертных комментариях, а также детально проанализировано содержание высказываний, объединенных в тематическую группу «Инфодемия». Это было сделано в целях определения реального потенциала экспертов, комментирующих события с экранов телевизора, по противодействию распространению ложной информации о коронавирусе.

Результаты

Телеканал КТК

За проанализированный период в эфире телеканала выступили 122 спикера, которых информационная дирекция позиционировала как экспертов в тех или иных областях. В тематике их комментариев преобладала проблематика инфодемии (33,6 %), ухудшающегося экономического положения казахстанцев (24,6 %) и психологических аспектов соблюдения карантина (8,2 %).

КТК является единственным телеканалом из проанализированных в данной работе, в чьем эфире эксперты столь активно комментировали поток непроверенной и заведомо ложной информации о коронавирусе. Вскоре после регистрации первых случаев заболевания среди казахстанцев редакторы канала запустили в вечерних новостях рубрику под названием «Вирусная рассылка». «Мифов вокруг заболевания с каждым днем все больше. Мы будем разоблачать главные», – сообщила диктор новостей Светлана Булатова в выпуске от 30 марта (Мендыбаева, 2020). Так, за следующие месяцы независимые эксперты в эфире КТК опровергли мифы о том, что от коронавируса спасают имбирь, высокие температуры, сигаретный дым, алкоголь, отсутствие волос на голове, определенная группа крови и какие-либо противовирусные препараты. Кроме этого, специалисты внесли ясность в вопрос особой эффективности антибактериального мыла, безопасности использованных масок, опасности кондиционеров и заражения на похоронах, выживаемости вируса на поверхностях, ношения масок детьми до двух лет, погрешностях официальной статистики по заболеваемости коронавирусом.

Чаще всего при подготовке сюжетов, касающихся инфодемии, журналисты канала прибегали к экспертному мнению Дмитрия Еделева (8 комментариев из 41). Сначала спикера представляли как Президента национального проекта «Здоровье нации», а затем просто как доктора медицинских наук. Г-н Еделев при этом является гражданином Российской Федерации и возглавляет один из московских медицинских центров.

Еще в пяти случаях в сюжетах, посвященных вирусным рассылкам, ситуацию комментировал отечественный эпидемиолог Сакен Амиреев. В академическом сообществе заслуги специалиста широко признаны, его считают «основоположником школы эпидемиологии Казахстана» (Kaznmu, 2020). Несколько раз журналисты канала также цитировали мнения инфекционистов Перузы Арыковой, Динагуль Баешевой, Ляззат Ералиевой, а также кандидата медицинских наук Рафаила Кипшакбаева.

Необходимо отметить, что в незначительном количестве случаев в эфире КТК из уст экспертов звучали как теории заговора, так и неподтвержденные данные. Например, в одном из сюжетов от 8 мая приводится мнение о коронавирусе Руслана Лазуты, руководителя общественного объединения «ОСА»: «Есть некий сговор, какой-то дьявольский сговор определенной небольшой группы людей, которые решили, что необходимо перезагрузить, может быть, планету» (Криштон, 2020). В другом случае вышеупомянутый г-н Еделев настаивает на опасности ношения масок на открытом воздухе: это якобы чревато затруднением дыхания и развитием неинфекционных заболеваний легких (Поляница, 2020). В действительности во избежание развития подобных состояний ВОЗ рекомендует избегать ношения масок лишь во время выполнения физических упражнений (WHO, 2020c).

«Первый канал Евразия»

За период официального карантина в эфире телеканала прозвучало 97 экспертных комментариев. Большая часть из них так или иначе касалась темы распространения дезинформации о коронавирусе (28,9 %), также часто журналисты просили специалистов прокомментировать неблагоприятную экономическую ситуацию в республике (14,4 %) и проблемы функционирования системы здравоохранения в чрезвычайных условиях (14,4 %).

Редакция телеканала не вводила специальных рубрик для развенчивания мифов и слухов о коронавирусе, освещая их в рамках текущей повестки дня. Различные аспекты темы комментировал широкий круг преимущественно местных специалистов – выделить эксперта, получившего наибольшее количество эфирного времени, не представляется возможным. В числе спикеров канала были врач-педиатр Раушан Кулжабаева, эпидемиолог Манар Смагул, иммунолог Самал Мадиярбек, доктора медицинских наук Мира Тундыбаева, Венера Исраилова, Раушан Карабаева и Халида Шарипова.

Все пять месяцев выступавшие на «Евразии» специалисты призывали аудиторию получать информацию о болезни от врачей, а не из социальных сетей, не верить в уязвимость коронавируса перед высокими температурами, не злоупотреблять бактерицидными кварцевыми лампами, прекратить бесконтрольный прием медицинских препаратов в условиях лечения на дому, не верить в чудодейственные свойства хрена в

борьбе с коронавирусом. Вместе с тем, большая часть фейковых сообщений об инфекции, циркулировавших в мессенджерах и социальных сетях, так и не была прокомментирована экспертами в вечерних новостях канала. Более того, в эфире в ряде случаев независимые спикеры озвучивали не основанные на фактах данные.

Так, общественный деятель Рустем Жансеитов уверенно заявил тележурналистам, что главными переносчиками коронавируса в Казахстане являются дети («Евразия», 2020a). Врач-иммунолог Рафаил Розенсон озвучил недоказанное мнение о том, что коронавирус способен вызывать мужское бесплодие («Евразия», 2020b). Телеканал также показал зрителям отрывок из вирусного видео, в котором врач-реабилитолог Айна Бакеева указывает на якобы неправильную тактику лечения больных коронавирусом в отечественных медучреждениях («Евразия», 2020c). Героем другого вирусного видео, продемонстрированного в прайм-тайм, стала российская телеведущая Елена Малышева, заявившая, что коронавирус не представляет никакой опасности для детей («Евразия», 2020d). Особое внимание телевизионщики также уделили экстрасенсу Виктору Александровскому, который в эфире телеканала размышлял о длительности текущего кризиса и нескором появлении вакцины от коронавируса («Евразия», 2020e).

«Хабар 24»




В эфире государственного телеканала в период действия карантина прозвучало в общей сложности 120 комментариев, озвученных как казахстанскими, так и иностранными экспертами. Большую часть из них тематически можно отнести к проблематике инфодемии (25,8 %), основная часть остальных комментариев была посвящена анализу текущей ситуации в экономике (13,3 %), системе здравоохранения (11,7 %) и в разработке вакцины от коронавируса (11,7 %).

Основной особенностью канала по сравнению с КТК и «Евразией» стала относительно высокая доля экспертных комментариев, озвученных специалистами из других стран. Так, инфоповоды, касающиеся распространения дезинформации о коронавирусе, в эфире телеканала комментировали представители ВОЗ, глава Европейского центра профилактики и контроля заболеваний, главный эпидемиолог США, ведущий эпидемиолог Китая, израильские врачи, российский патологоанатом, профессор Оксфордского университета, эксперт Королевского колледжа Лондона. Эксперты опровергли возможность передачи коронавируса через упаковки, обосновали необходимость ношения масок, объяснили смысл объединения статистики по заболеваемости коронавирусом и пневмонией, опровергли эффективность гидроксихлорохина против инфекции, обратили внимание на отсутствие ясности вокруг будущей вакцины и ее эффективности, подчеркнули необходимость применения серьезных медикаментов для лечения коронавируса строго по назначению врача.




Казахстанские эксперты же в эфире государственного телеканала в большей степени комментировали локальные модификации фейков о коронавирусе. Консультант по питанию Нуршуак Нурсадыков обратил внимание на то, что кисломолочные продукты следует употреблять с осторожностью («Хабар 24», 2020a). Айтуган Мукашев, руководитель казахско-немецкого исследовательского института QYMYZ, рассказал

о том, как без вреда для здоровья употреблять парное кобылье молоко («Хабар 24», 2020b). Эти рекомендации сопровождали сюжеты о том, как казахстанцы покупают кумыс и саумал в надежде защититься от инфекции. Президент Казахской академии питания Торегельды Шарманов, в свою очередь, предостерег от чрезмерного использования курдючного жира во время лечения пневмонии («Хабар 24», 2020c). Профессор медицинского университета Светлана Плясовская и вовсе стала полноценным героем репортажа о связи питания с коронавирусом: вместе со съемочной группой она прошла по базару и среди прочего опровергла заблуждения о способности лимона и имбиря действовать против вируса («Хабар 24», 2020d). Аллерголог-иммунолог Гаухар Симбиева призвала телеаудиторию укреплять иммунитет вместо того, чтобы окуривать помещения адраспаном в надежде уничтожить вирус («Хабар 24», 2020e).



-  тема распространения дезинформации о коронавирусе (28,9%)
-  неблагоприятная экономическая ситуация в стране (14,4%)
-  проблемы функционирования системы здравоохранения в ЧС (14,4%)



-  проблематика инфодемии (33,6%)
-  ухудшающееся экономическое положение казахстанцев (24,6%)
-  психологические аспекты соблюдения карантина (8,2%)



-  проблематика инфодемии (25,8%)
-  анализ текущей ситуации в экономике (13,3%)
-  анализ текущей ситуации в системе здравоохранения (11,7%)
-  разработка вакцины (11,7%)

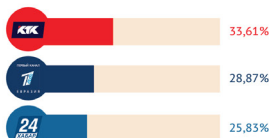
Обсуждение

Анализ новостного контента трех казахстанских телеканалов показал, что, вопреки возможностям, редакции не очень часто предпочитают прибегать к помощи экспертов в борьбе с дезинформацией. В подавляющем большинстве случаев эксперты комментируют текущие события, выполняя, по сути, вспомогательную роль по разъяснению или критике тех или иных действий/бездействия госорганов. Вероятно, причина

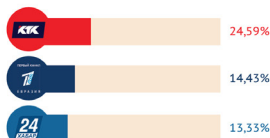
Тематика экспертных комментариев на республиканских телеканалах в период действия чрезвычайного положения в связи с пандемией COVID-19 на территории Казахстана



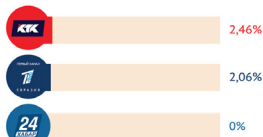
Инфодемия



Экономика | Благополучие



Аптеки | Медицименты



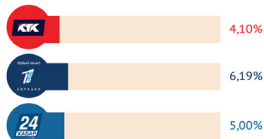
Здравоохранение



Психология | Здоровье

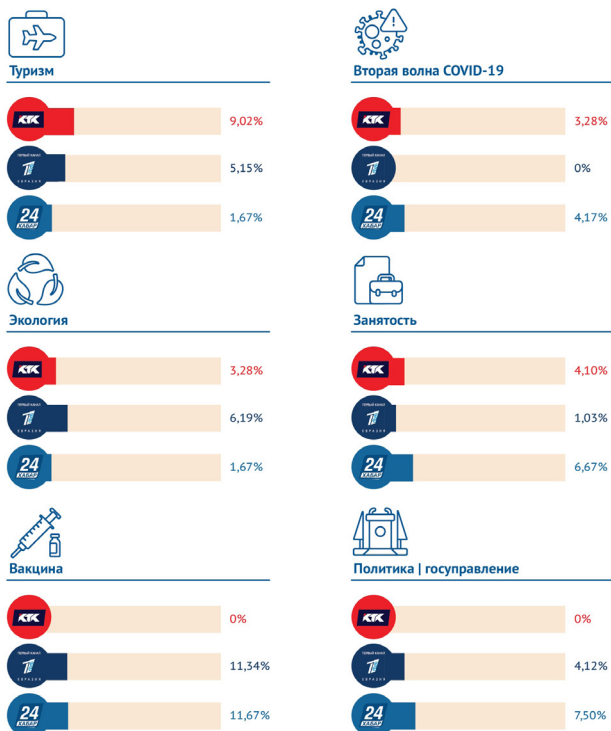


Правопорядок | Права человека



кроется в том, что телеканалы в принципе видят свою основную миссию в том, чтобы отражать события дня в собственных выпусках новостей, не пытаясь анализировать их с точки зрения достоверности и далеко идущих последствий. Справедливости ради стоит отметить, что современная скорость распространения информации и темпы телевизионного производства, как правило, редко позволяют тележурналистам уделять значительное количество времени вдумчивому общению с экспертами.

Для такого рода взаимодействия на телевидении существуют другие информационно-аналитические форматы. В последующих исследованиях, на мой взгляд, имеет смысл изучить контент таких передач с точки зрения способности противостоять распространению фейковых сообщений.



Примечательно, что популярные частные телеканалы в борьбе с дезинформацией вокруг COVID-19 заняли более активную позицию, нежели государственный телеканал. Предполагаю, что причина кроется в более широком охвате аудитории, который смогли обеспечить себе КТРК и «Первый канал «Евразия». Большое количество зрителей предполагает необходимость учета самых разных потребностей – в том числе, в достоверной информации касательно способов лечения и профилактики коронавируса, его происхождения, мутаций и темпов распространения. КТРК решил в этом вопросе оттолкнуться от контента вирусных рассылок, канал «Евразия» тоже использовала эту тактику, решив обратиться к вирусным видео от псевдоэкспертов. «Хабар 24» с осязательным креном в сторону международной экспертизы едва ли смог пробудить интерес местной аудитории.

К сожалению, анализ экспертных телекомментариев также показал, что, наряду с разоблачениями распространенных мифов о коронавирусе, аудитория – в особенности частных телеканалов – время от времени сталкивается с не соответствующими истине высказываниями. Самое опасное в этой ситуации то, что зрители безоценочно воспринимают озвученные экспертами мнения, считая их по умолчанию безошибочными.

Аудитория попадает в логическую ловушку, когда мнение авторитета видится более важным, чем факты и аргументы (Шишкин, 2018). Задачей тележурналистов в данном случае является тщательная проверка фактов перед приглашением в эфир озвучивающего их специалиста. Между тем, главный редактор первого и пока единственного в Казахстане независимого фактчекингового ресурса Павел Банников обращает внимание на то, что навык проверки фактов в отечественных масс-медиа утерян: «С падением журналистских стандартов дезинформация стала просачиваться через СМИ с уничтожением редакционных стандартов практически во всех редакциях» (Калмурат, 2020).

Выводы

В ходе исследования были изучены ежедневные итоговые/вечерние выпуски новостей на трех телеканалах. На канале «Хабар 24» было зафиксировано в общей сложности 120 выступлений независимых экспертов, на «Первом канале «Евразия» – 97, на КТК – 122. Хронологически единицы анализа охватили период официального карантина в Республике Казахстан: с 19 марта по 17 августа 2020 года. Кроме дат, для каждого экспертного комментария отмечалось имя спикера, его/ее должность и краткое резюме прозвучавшего в эфире мнения. На основании последнего все экспертные синхроны были категоризированы в соответствии с затрагиваемой тематикой. Подсчеты относительных долей тех или иных тем в экспертном дискурсе выявили, что потенциалом противодействия фейковым новостям и теориям заговора вокруг коронавируса обладал примерно каждый третий экспертный комментарий на КТК (33,6 % от общего числа) и «Евразии» (28,8 %) и каждый четвертый – на канале «Хабар 24» (25,8 %).

При этом стоит отметить, что пандемия COVID-19 и последовавшая за ней инфодемия все же не смогли качественным образом повлиять на контент казахстанских телеканалов, направив все их усилия на борьбу с опасной дезинформацией. Бремя главных борцов с фейковыми новостями, не без помощи журналистов и общественности, легло на плечи уполномоченных государственных органов. Телевидение оставило за собой роль ретранслятора официальных посланий и воззваний к населению. Имея возможность предоставить свою площадку для многочисленных экспертов, способных аргументированно противостоять распространителям ложной информации, телеканалы ограничились единичными разоблачениями самых громких и потенциально опасных слухов о коронавирусе.

Несмотря на то, что популярные частные телеканалы чуть лучше справились с обработкой повестки из социальных сетей и мессенджеров, они не избежали ссылок на неподтвержденные данные касательно коронавируса. Это свидетельствует о низком уровне фактчекинга внутри редакций. Для того чтобы справиться с переизбытком информации, возникающем в условиях таких кризисных ситуаций, как пандемия коронавируса, на мой взгляд, необходимы следующие меры:

- посредством проведения специальных образовательных программ и тренингов повысить уровень владения навыками фактчекинга и медиаграмотности сотрудников отечественных телеканалов;

- разработать редакционные стандарты (при отсутствии таковых) или включить в уже существующие нормы, способствующие строгому применению методики по проверке фактов в ходе подготовки новостных телесюжетов;
- организовать условия для более системной работы тележурналистов с экспертами и профессионалами из разных областей знания (например, в рамках специальных рубрик с экспертными комментариями или очным общением со специалистом в телестудии).

Список использованной литературы

1. Fischer, Sara (2020). «Media prepares to fact check debates in real time». Axios. <https://www.axios.com/media-prepares-to-fact-check-debates-in-real-time-3c451832-2f9f-43b1-9182-c516580c6697.html> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
2. Infodemiya (2020). «Спецпроект “Коронавирус, нет, нет, нет”». <http://infodemiya.tilda.ws/> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
3. Islam, Md Saiful., Sarkar, Tonmoy., Khan, Sazzad Hossain et al. (2020). «COVID-19-Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis». The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103(4): 1621–1629.
4. Kaznmu (2020). «Основоположника школы эпидемиологии Казахстана Сакена Амиреева поздравили с юбилеем». <https://news.kaznmu.kz/основоположника-школы-эпидемиологии> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
5. Kelly, Tara (2020). «How COVID-19 made Teyit rethink their fact-checking for the small screen». Poynter. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-covid-19-made-teyit-rethink-their-fact-checking-for-the-small-screen/> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
6. Spring, Marianna (2020). «Coronavirus: The human cost of virus misinformation». <https://www.bbc.com/news/stories-52731624> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
7. Sutur, Rodica Melinda (2019). «Fake News, from Social Media to Television Case Study of the Romanian Presidential Elections 2019». Styles of Communication. 11(2): 81–92.
8. WHO (2020a). «Резолюция семьдесят третьей сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения WHA73.1 о борьбе с COVID-19». https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA73/A73_R1-ru.pdf Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
9. WHO (2020b). «Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации». <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
10. WHO (2020c). «Рекомендации ВОЗ для населения в связи с распространением нового коронавируса (2019-nCoV): мифы и ложные представления». <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
11. Айтжанова, Ботагоз (2020). «СМИ и фейки. Интервью министра Аиды Балаевой». Tengrinews, <https://tengrinews.kz/article/smi-i-feyki-intervyu-ministra-aidyi-balaevoyu-1503/> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
12. Демесинова, Айдана (2020). «Сайт для борьбы с фейками StopFake запустили в Казахстане». Казахстанская правда, <https://www.kazpravda.kz/news/obshchestvo/sait-dlya-borbi-s-feikami-stopfake-zapustili-v-kazahstane> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
13. Евразия (2020a). «Главные новости. Выпуск от 07.08.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/august-2020/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
14. Евразия (2020b). «Главные новости. Выпуск от 26.06.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/june-2020/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
15. Евразия (2020c). «Главные новости. Выпуск от 07.07.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/july-2020/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
16. Евразия (2020d). «Главные новости. Выпуск от 16.04.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/april-2020/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.

17. Евразия (2020е). «Главные новости. Выпуск от 02.06.2020». <https://1tv.kz/glavnye-novosti/june-2020/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
18. Калмурат, Аян (2020). «Панику снизит только открытость властей». Почему люди верят фейкам?» <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-coronavirus-fact-checking/30498812.html> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
19. Королева, Ольга (2020) «Телесмотрение и реклама в Казахстане в эпоху COVID-19». NR, <https://newreporter.org/2020/05/05/telesmotrenie-i-reklama-v-kazaxstane-v-epoxu-covid-19/> Дата последнего просмотра: 12.11.2020.
20. Криштоп, Ирина (2020). «Массовое чипирование: почему казахстанцы верят в фейки». КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/05/08/147777/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
21. Мендыбаева, Алтын (2020). «Имбирь взлетел в цене в 10 раз, но стоит ли тратиться?» КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/03/30/143547/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
22. Поляница, Ксения (2020). «Медики и юристы выступили против ношения масок на улице». КТК. <https://www.ktk.kz/ru/news/video/2020/07/31/155145/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
23. «Хабар 24» (2020а). «Выпуск новостей 20:00 от 20.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/410612-vypusk-novostej-20-00-ot-20-07-2020> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
24. «Хабар 24» (2020b). «Выпуск новостей 20:00 от 10.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/408540-vypusk-novostej-20-00-ot-10-07-2020> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
25. «Хабар 24» (2020с). «Выпуск новостей 20:00 от 14.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/409307-vypusk-novostej-20-00-ot-14-07-2020> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
26. «Хабар 24» (2020d). «Выпуск новостей 20:00 от 09.07.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/408152-vypusk-novostej-08-00-ot-08-07-2020> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
27. «Хабар 24» (2020е). «Выпуск новостей 20:00 от 21.03.2020». <https://24.kz/ru/news/vypuski-novostej/item/382402-vypusk-novostej-14-00-ot-21-03-2020> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.
28. Шишкин, Дмитрий (2018). «Основы формальной логики: как не дать собой манипулировать. Часть III». <https://factcheck.kz/metodika-fch/osnovy-formalnoj-logiki-kak-ne-dat-soboj-manipulirovat-chast-iii/> Дата последнего просмотра: 13.11.2020.

ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И МИСИНФОРМАЦИЯ В ДИСКУРСЕ COVID-19 НА КАЗАХСТАНСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛАХ

Айдана Тлеулесова

*Мы боремся не только с пандемией,
мы боремся с инфодемией.
Ложные сообщения распространяются
быстрее вируса, и они также опасны.*

Тедрос Аданом Гебрейесус,
Генеральный директор ВОЗ

Введение

В связи с пандемией коронавируса СМИ в наши дни приобретают все большую популярность. Они стали единственным источником жизненно важной информации и средством общения с миром. О положительном влиянии интернета и СМИ на нашу жизнь можно говорить бесконечно, однако, не исключено, что СМИ, пользуясь властью, манипулируют и вводят в заблуждение общество, предоставляя ложные сведения (намеренно или нет), что впоследствии сказывается на уровне осведомленности читателей. Данное исследование направлено на выявление теорий заговора и возможное дезинформирование и мисинформацию, на основе тщательного анализа русскоязычного дискурса COVID-19 на казахстанских негосударственных интернет-порталах.

Дезинформация является глобальной проблемой в современном обществе. Имея доступ к неограниченным возможностям интернета, некоторые лица, заинтересованные в манипулировании аудиторией, создают заведомо ложные, фейковые новости или спам для того, чтобы посеять среди людей неуверенность, расизм или с целью продать сомнительные продукты. По словам генерального секретаря Организации Объединенных Наций (ООН) Антониу Гутерриша, «темная сторона цифрового мира» является одним из четырех всадников апокалипсиса. Гутерриш также утверждает, что современные технологии используются для разжигания ненависти, распространения фейков и целого ряда других преступлений (UN, 2020).

К сожалению, СМИ и интернет-порталы не всегда предоставляют верную информацию. Бреннан и другие исследователи (Brennan et al., 2020) заявили, что дезинформация, связанная с пандемией, оказывает пагубное воздействие на здоровье общества. Кроме того, многие исследователи заявили, что СМИ несут ответственность за

распространение дезинформации о COVID-19 во всем мире (Russonello, 2020).

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) ранее заявляла, что «инфодемия», окружающая COVID-19, распространяется так же быстро, как и сам вирус, с теориями заговора, слухами и культурной стигмой, которые способствуют смерти и травмам. Авторы исследования говорят, что многие из жертв следовали советам, напоминающим достоверную медицинскую информацию. Например, употребляли большое количество чеснока или приняли большое количество витаминов, как способ предотвращения инфекции. По словам исследователей, все эти действия имели «потенциально серьезные последствия» для их здоровья (BBC, 2020).

В исследовании, опубликованном в Американском журнале тропической медицины и гигиены (Islam et al., 2020), также оценивается, что около 5800 человек были госпитализированы в результате ложной информации о коронавирусе в социальных сетях. Многие умерли от употребления метанола или чистящих средств на спиртовой основе. Они ошибочно полагали, что эти продукты являются лекарством от вируса. Однако настоящее число жертв может быть неизвестно, поскольку данные из Ирана, где произошло много предполагаемых смертей от отравления метанолом, трудно проверить. Поэтому цель данного исследования состоит в проверке казахстанских веб-порталов на предмет наличия в их публикациях дезинформации и мисинформации. Ниже представлены вопросы, ответы на которые мы намерены найти в данном исследовании:

1. Почему пандемия коронавируса стала благоприятной почвой для рождения инфодемии?
2. Какова причина распространения ложных новостей?
3. Как избежать и предотвратить дезинформирование?
4. Что преобладает в казахстанских медиа: мисинформация или дезинформация? Почему?

Задача нашего исследования заключается в предотвращении распространения ложных и недостоверных сведений на казахстанских веб-платформах, для последующего повышения ответственности и качества этих интернет-платформ, а также для развития у граждан Казахстана критической оценки информации в СМИ и повышения уровня медиаграмотности в целом.

В эпиграфе приведена цитата генерального директора Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) Т. Гебрейесуса, которую он озвучил в феврале 2020 года. Он говорит об инфодемии, или стремительном распространении ложной информации в период пандемии. Следует заметить, что меняется лишь предмет дезинформации, будь это глобальные вопросы как коронавирус, вспышка Эболы, выборы президента, политические перевороты, глобальное потепление или же события локального масштаба, такие как смена акима, школьное обеспечение, нехватка масок и т. д.

Процесс дезинформирования народа не является новшеством. Еще в СССР имелаась целая информационно-пропагандистская служба фейковых новостей, которая намеренно создавала такие сообщения

(Manning & Romerstein, 2004). К счастью, на сегодняшний день работает множество институтов борьбы с пропагандой и дезинформацией, скрупулезно проверяющих не только информацию на достоверность, но и ее первоначальные источники. Данная работа совершила схожую попытку по выявлению дезинформации и мисинформации, что, как мы надеемся, поспособствует приближению казахстанского общества к медиаграмотности.

Структура статьи организована следующим образом: во введении обсуждаются проблема, цели и задачи исследования, а также обзор литературы, имеющей отношение к дезинформации в дискурсе COVID-19. В следующем разделе детально описываются метод исследования и анализа данных, материалы, инструменты, а также ограничения, после чего предлагаются результаты и их возможные причины. В заключительном разделе обсуждаются причины дезинформации в СМИ, предлагаются рекомендации по борьбе с ложной информацией, а также предполагается полезность данного исследования.

Материалы и метод

Фейковые новости являются отражением кризиса человеческого общения, который порождает напряжение, дисгармонию и непонимание в обществе. В век цифровых коммуникаций и социальных сетей ложная информация может распространяться по всей планете со скоростью света. Мы называем этот процесс разными именами: дезинформация, мисинформация, ложные новости, неточные новости и слухи, хотя проблема остается такой же. На фоне пандемии COVID-19 мир скорбит, погибли миллионы человек. Неопределенности, связанные со здоровьем, порождают новое явление, которое называют инфодемией (слияние двух слов «информация» и «эпидемия»). Эти два понятия идут рука об руку. В этой ситуации и правдивая, и ложная информация присутствует в изобилии. При этом достоверная информация помогает смягчить кризис, а ложная информация усиливает его.

С начала вспышки коронавируса многие медиа, в погоне за прибылью, опубликовали множество ложных новостей, слухов и теорий заговора. Активно тиражировались разнообразные фейковые сообщения о происхождении, свойствах и методах профилактики вируса. Это является показательным примером того, что слухи наиболее активно проявляются во время народного беспокойства, перед страхом неизвестности и общего хаоса. Зачастую, методом распространения ложных новостей выступали люди, которые пересылали, делились этой ложной информацией с близкими. Человеку свойственно доверять людям, с которыми он знаком, нежели новостным сводкам, поэтому дезинформация распространялась по подобной цепочке знакомых людей (BBC, 2020). По многочисленным заявлениям ВОЗ можно прийти к выводу, что инфодемии можно сравнить с самим вирусом по происхождению, масштабам, угрозе обществу, а также путям распространения. Инфодемия так же, как и вирус, передается от человека к человеку, то есть аудитория является важным участником процесса перемещения информации. Отметим, что любой процесс распространения информации включает в себя неразрывную связь между теми, кто предоставляет информацию, и теми, кто ее получает.

Под **фейковой информацией** подразумевается искусственно

созданная, ложная информация, преследующая цели дезинформатора. Фейковая информация считается успешной, если после ознакомления с ней мнение масс изменилось в угоду дезинформатору, то есть если общество подверглось психологической манипуляции. Д. А. Волкогонов выделяет три уровня психологической манипуляции (Волкогонов, 1983):

1. Закрепление и усиление уже существующих в сознании людей установок, идеалов, ценностей и норм.
2. Частные, малые изменения взглядов на то или иное событие, процесс или факт, что также оказывает воздействие на политическую позицию и эмоциональное отношение к конкретному явлению.
3. Коренное, кардинальное изменение жизненных установок на основе сообщения драматических, необычных, новых, а также шокирующих данных и сведений.

Д. А. Волкогонов добавил, что необходимо обратить внимание на то, что важным фактором реализации любого рода манипуляций является воздействие на чувства, а не на разум. Поэтому многие статьи в данном исследовании имеют высокий коэффициент тональности. Такие статьи, провоцируя сильные эмоции у своих читателей, действуют на подсознание, минуя цензуру сознания. Впоследствии в подсознании читателей закладываются определенные формы поведения, их мнение изменяется, следовательно, достигается цель дезинформатора.

Для более точного понимания процесса поясним, что собой представляют термины «дезинформация» и «мисинформация». Дезинформация – «это сообщение заведомо ошибочных, искаженных, ложных сведений с целью ввести информируемое лицо в заблуждение» (Райзберг и др., 1999). То есть, это намеренное распространение ложной информации. Дезинформация зачастую вызывает разногласия и разрушения в обществе. Цель дезинформации одна – адресат должен поступить так, как это необходимо манипулятору. Поступок субъекта, против которого направлена дезинформация, может заключаться в принятии нужного манипулятору решения или в отказе от принятия невыгодного для манипулятора решения. Но в любом случае конечная цель – действие, предпринимаемое адресатом. Таким образом, дезинформация – это осознанная попытка создать ложное впечатление и, соответственно, подтолкнуть объект к желаемым действиям или бездействию.

Мисинформация определяется несколькими способами. Согласно Шойфеле и Краузе (Scheufele & Krause, 2019), это неверная информация, вероятно, исход случайности. С другой стороны, Уордл и Деракшан (Wardle & Derakhshan, 2017) отметили, что ложная информация, которая распространяется бессознательно (т. е. не осознавая, является ли информация верной или нет) и без какой-либо цели причинить кому-либо вред, называется мисинформацией, то есть это ложная информация, которая распространяется независимо от намерения ввести в заблуждение. К мисинформации можно отнести публикации с недостаточной верификацией фактов, неточные переводы иностранных источников и т. д. Главной особенностью остается то, что ошибки допускаются автором не намеренно.

В данной статье также определяется процентное соотношение

дезинформации и мисинформации, представленное на казахстанских новостных порталах за исследуемый период. Для этого информация и источники, предоставленные на таких порталах, проверяются на достоверность. В связи с чем, на предмет дезинформации были проанализированы шесть зарубежных источников, на которые не раз ссылались казахстанские издательства. В этот список входят российские издательства РИА Новости – <https://ria.ru>, Интерфакс – <https://www.interfax.ru>, Lenta.ru – <https://lenta.ru>, а также китайские, такие как ChinaDaily – <https://www.chinadaily.com>, и интернациональные, такие как SouthChinaMorningPost – <https://www.scmp.com> и CGTN – <https://news.cgtn.com>.

Данные для исследования дезинформации в дискурсе COVID-19 были собраны из десяти наиболее популярных негосударственных новостных интернет-платформ в Казахстане, анализировались публикации, датируемые в период с 31 декабря 2019 по 31 августа 2020 года. Причиной фокусировки именно на этом временном отрезке служит дата первого упоминания о коронавирусе в мире, 31 декабря 2019 года, когда китайские власти впервые обратились в ВОЗ с вопросом о неизвестной ранее пневмонии, а 31 августа обуславливается датой окончания строгих карантинных мер в Казахстане, принятых главным санитаром республики Айжан Есмагамбетовой. Ниже представлен список казахстанских интернет-платформ, статьи которых послужили источником данных для нашего исследования.

Таблица 1. Список интернет-платформ

<i>Название</i>	<i>Ссылка</i>
<i>Nur.kz</i>	<i>https://www.nur.kz/</i>
<i>Zakon.kz</i>	<i>https://www.zakon.kz/</i>
<i>Tengrinews.kz</i>	<i>https://tengrinews.kz/</i>
<i>Inform.kz</i>	<i>https://www.inform.kz/</i>
<i>Informburo.kz</i>	<i>https://informburo.kz/</i>
<i>24.kz</i>	<i>https://24.kz/ru/</i>
<i>Profit.kz</i>	<i>https://profit.kz/</i>
<i>Today.kz</i>	<i>http://today.kz</i>
<i>Vteme.kz</i>	<i>http://vteme.kz</i>

Для сбора информации был проверен весь архив новостей, содержащий в себе прямую или косвенную информацию о COVID-19 как в Казахстане, так и во всем мире. В качестве проверки достоверности фактов были использованы официальные сайты Организации Объединенных Наций (ООН) – www.un.org, Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) – www.who.int, казахстанский информационный портал – www.coronavirus2020.kz, а также казахстанские веб-порталы StopFake и FactCheck – www.stopfake.kz, www.factcheck.kz, которые специализируются на выявлении ложной информации в медиа. Для проверки статистических данных по коронавирусу используется сайт www.worldometers.info.

Общее количество обозреваемых статей, задействованное в данном исследовании – 4712. Во внимание берутся статьи негосударственных СМИ, публикуемые на казахстанских новостных веб-порталах на русском языке. Многие издательства дублировали статьи по два, три раза, создавая информационный шум, поэтому в интересах данного исследования были проведены некоторые лимитации сбора данных. Например, в исследование не вошли повторяющиеся новости, аналитические и оценочные статьи.

Данная работа использует качественный, количественный, а также дескриптивно-классифицирующий методы исследования. Для качественного метода используется анализ новостных статей на объект дезинформации эмпирическим путем наблюдения, синтеза, анализа и сравнения. К примеру, мы анализируем интернет-порталы, находим архив новостей, синтезируем (кодируем) статьи, подходящие под описание «COVID-19, коронавирус, вирус-убийца, загадочный вирус, китайский вирус, неизвестный вирус, пневмония» и т. д. Далее выявляем ложную информацию путем сравнения исходной статьи с официальным источником, например, ВОЗ или ООН. Количественный метод осуществляется уже на втором этапе исследования и анализируется с помощью статистики. В этом случае предоставляется информация по статистическим данным о частоте выявления дезинформации (мисинформации), а также их подтипы, изложенные ниже.

Дескриптивно-классифицирующий метод выявляет и классифицирует ложную информацию по приведенным ниже критериям. Основное внимание обращено на контекст, а также социальный аспект и способы использования языка для достижения определенных результатов, в нашем случае манипулирование обществом, ввод в заблуждение и другие цели, преследуемые дезинформаторами.

Для более успешного распознавания ложной информации (инфодемии) мы обратились к распространенным критериям дезинформации (Idelreal.org, 2017):

1. Шокирующая информация. В правильной подаче информации не должно быть устрашающих и шокирующих новостей, которые вводят читателя в недоумение и часто нагнетают и очерняют ситуацию. Зачастую такая информация повергает читателя в шок, приводя ужасающие данные, выдавая их за правду.
2. Стоит избегать очевидной симпатии автора к одному мнению и антипатии к другому. В хорошей статье должны быть представлены обе точки зрения, к которым автор относится нейтрально.
3. Источники должны быть всегда достоверными, проверенными, официальными и четко идентифицированными. Расплывчатые, не отслеживаемые источники, такие как «доктор друга» или «ученые полагают» без каких-либо дальнейших подробностей, должны вызывать сомнения у читателя.
4. Тональность. Автор не должен проявлять эмоциональность и тенденциозность по отношению к статье. Если читателя что-то рассердит или обрадует, следует быть настороже. Манипуляторы знают, что сообщения, вызывающие сильные эмоции, распространяются лучше всего и в больших масштабах.

Правильная подача информации должна быть нейтральна и уравновешена.

На основе этих критериев мы постарались определить свои категории, наиболее подходящие под контекст нашего исследования.

1. Опечатки, неправильно написанные фамилии, орфографические ошибки, синтаксические и грамматические ошибки, устаревшие факты, такие как возраст информатора, занимаемая должность, которые в свою очередь также являются частичной дезинформацией, однако, не несут масштабную угрозу контексту.
2. Недостоверные источники, непроверенные, а также неофициальные.
3. Нонсенс, включающий советы по лечению и профилактике коронавируса.
4. Ложная (противоречивая) информация, например, о том, что масок предостаточно, вирус не страшнее гриппа, уровень передачи вируса низкий, симптомы: кашель с небольшой мокротой, вирус теряет силу при контакте с высокими температурами, ПЦР-тесты повсеместно проводятся в Казахстане, начиная с января 2020 года и другие противоречивые сведения.
5. Высокая тональность, когда автор использует такие устрашающие словосочетания, как «смертельный вирус», «китайский вирус», «вирус-убийца», «неизвестная пневмония» и другие.

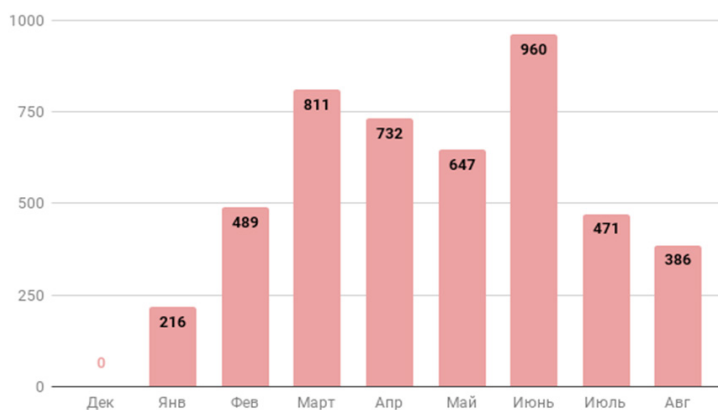
Основываясь на изложенных критериях, мы привели графики с частотой выявления того или иного критерия дезинформации на интернет-порталах.

Результаты и обсуждение

Учитывая месячные показатели, самое первое упоминание о вспышке вируса неизвестного происхождения на казахстанских веб-порталах приходится на 1 января 2020 года. В декабре 2019 года не встречается упоминаний о вирусе, однако в источниках КНР они уже наблюдаются. Вплоть до 22 января 2020 года на новостных порталах изо дня в день мелькали новости о загадочном коронавирусе, но информации было очень мало, по одной-две статьи в день, а некоторые дни она и вовсе отсутствовала.

С 23 января 2020 года количество печатной информации о вирусе начинает стремительно расти. Если раньше статей на эту тему было в пределах 3 за сутки, то позже за тот же временной промежуток публиковали более 30 материалов. Новость о пандемии стала носить сенсационный характер и разлетелась по Казахстану меньше, чем за неделю. Содержание статей на различных веб-порталах практически одинаковое, наблюдается лишь перефразирование либо вставка дополнительных цитат спикеров. В связи с этим некоторые статьи в наше исследование не вошли. Ниже приведен график количества выпускаемых статей по теме COVID-19 во всех десяти новостных порталах, начиная с декабря 2019 и заканчивая августом 2020 года, без учета дублируемых.

График 1. Количество выпускаемых статей (2020 г.)



Резкий скачок количества статей на тему коронавируса обуславливается тем, что ВОЗ объявила о начале пандемии. Вирус распространялся с невероятной скоростью, что побудило многие редакции освещать этот вопрос намного чаще. Здесь сработал экономический принцип «закона спроса и предложения»: чем выше спрос на информацию, тем больше предложений. Общество обеспокоенно следило за новостями о новом коронавирусе. Это и послужило «золотой жилой» для журналистов.

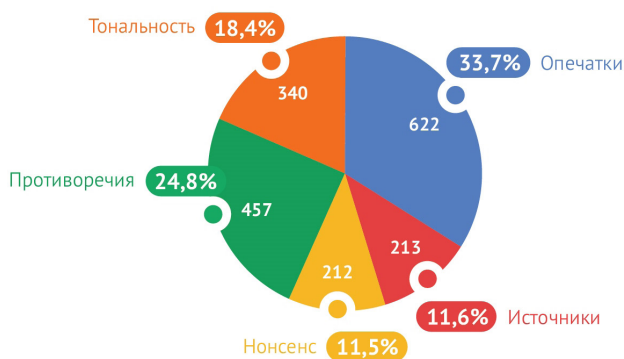
Самое большое количество публикаций о COVID-19 наблюдается в июне 2020 года. Это связано с тем, что на данный месяц пришелся пик заболеваемости вирусом среди казахстанцев. Следовательно, публиковалось все больше статей на эту тему. В статьях говорится о госпитализации заболевших, карантинных мерах, принятых в Казахстане, нехватке индивидуальных средств респираторной защиты, медикаментах, бессимптомных разносчиках вируса и т. д.

Согласно графику, еще один значительный скачок числа новостных статей на веб-платформах виден в марте 2020 года. В этих статьях можно наблюдать такие темы, как заявление главного санврача Казахстана Ж. Бекшина о приближении коронавируса, первых заболевших и мерах защиты от вируса. Если брать во внимание контекст новостных статей, то можно проследить особую тенденцию их содержания. Например, в январе сообщается о неизвестном вирусе в Китае, в феврале о том, что вирус пересек китайские границы и терроризирует мир, в марте выходит постановление ВОЗ о пандемии коронавируса, и появляются первые случаи заражения в Казахстане, в апреле Казахстан принимает ряд карантинных мер, в мае–июне – прирост заболевших, Казахстан признан единственной страной в мире, возобновившей карантин, в июле–августе приводится статистика о выздоровевших, о летальных случаях, о возможности второй волны заражения осенью.

После тщательного анализа новостных статей мы определили количество ложных. Из 4712 проанализированных статей более трети оказались таковыми (1844). Под категорию ложных статей, согласно нашим критериям, также попадают материалы с опечатками и

орфографическими ошибками, поэтому стоит отметить, что часть статей носят характер частично ложных. Ниже приведен график с частотой выявления того или иного критерия ложной информации.

График 2. Частота выявления ложной информации по критериям



Согласно критериям, установленным в данном исследовании, большее количество ложной информации (622) приходится на первый тип: опечатки и ошибки в тексте, что объяснимо огромными масштабами работы авторов и редакторов сайтов. В данном случае, скорее всего, сработал человеческий фактор, так как многие новостные порталы работают круглосуточно и выпускают огромное количество статей даже в ночное время. Тем не менее это не отменяет того, что работая на многомиллионную аудиторию, следует быть более ответственным и внимательным к деталям.

Из *графика 2* также заметно, что самое меньшее количество статей по дискурсу COVID-19 приходится на категорию нонсенса (212). На отечественных интернет-порталах не раз встречались статьи о якобы чудодейственных способах лечения и защиты от коронавируса, которые не были подтверждены ВОЗ. К примеру, в одной из статей пишут о казахстанке, которая якобы вступала в контакт с потусторонним миром и задалась вопросом как лечить коронавирус. На что голоса ей отвечали, что необходимо растереть грудную клетку сырым яйцом и ядом змеи (Nur.kz, 2020; Ztb.kz, 2020). Не раз сообщалось и о «спасительном» употреблении в пищу собачьего мяса. Такие горе-советы могут нанести вред наивному читателю. Не исключено, что такого рода статьи несли развлекательный характер и никак не являлись призывом к действию. Публикации с сомнительными советами о здоровье появлялись на протяжении двух-трех месяцев от начала пандемии, а затем все реже. Чтобы быть эффективной, дезинформация распространялась быстро, прежде чем правдивая и поддающаяся проверке информация была размещена в сети.

Также не очень распространенной ошибкой является указание неверных источников (213). В основном ресурсы тщательно цитируют и ссылаются на официальные источники. Впрочем, некоторые авторы все же допускали такую ошибку. Например, в одной из статей казахстанец

из Китая сообщил, что по сведениям Китайского центра по контролю и профилактике заболеваний, вирус не устойчив к температурным изменениям. Во-первых, это является ложной информацией согласно данным ВОЗ, во-вторых, в статье не указаны ФИО информатора, его/ее личная информация или занимаемая должность, то есть источник неизвестен. Подобный случай недостоверности источника наблюдается в еще одной статье, где отмечается, что по словам туристов, в Китае замалчивают о коронавирусе, и ситуация намного страшнее, чем пишут в СМИ. И в этой статье нет достаточных сведений об источнике, нет и конкретных цитат. Во многих случаях неправильное указание источников или же их полное отсутствие обусловлено тем, что мы имеем дело с дезинформатором, который пытается представить свои идеи, видения или слухи, завуалировав их под обобщающие фразы, такие как: «по мнению туристов», «по мнению экспертов», «казахстанцы полагают» и т.д.

Также часто встречались случаи, когда авторы статей цитировали мнения вирусологов, эпидемиологов и других специалистов, которые впоследствии были опровергнуты клиническими исследованиями и официальными данными ВОЗ. Причина таких разногласий, скорее всего, кроется в том, что на тот момент новый коронавирус был недостаточно изучен, а информация обновлялась практически каждый день. Так как знания научного сообщества о вирусе оставались ограниченными, появилось множество теорий заговора, связанных с COVID-19. Ниже приведены примеры таких разногласий и противоречий (457), которые в данном исследовании рассматриваются как ложная информация.

- 6–7 января 2020 года была опубликована статья, в котором Минздрав советует не контактировать с животными, так как они могут оказаться разносчиками вируса (Nur.kz, 2020; Zakon.kz, 2020). Однако позднее было доказано, что вирус передается воздушно-капельным путем от человека к человеку (WHO.int, 2020).
- 11 января 2020 года опубликована похожая статья (Nur.kz, 2020; Tengrinews.kz, 2020; Inform.kz, 2020) о том, что вирус, возможно, передается через мясо и морепродукты, которая также была опровергнута постановлением ВОЗ (WHO.int, 2020b).
- 13 января 2020 года на отечественных порталах говорилось, что коронавирус теряет силу при температуре +56 в течение десяти минут, и инактивируется при температуре +75 за полчаса (Nur.kz, 2020c). Данное предположение было также опровергнуто ВОЗ. COVID-19 можно заболеть в независимости от того, насколько солнечной или жаркой является погода. Страны с жарким климатом также сообщают о случаях заболевания COVID-19 (WHO, 2020c).
- В конце января 2020 года не раз уверялось, что коронавирус не страшнее гриппа и не следует создавать ажиотаж по его поводу. «Летальность от гриппа гораздо выше, чем при коронавирусной инфекции – поэтому не следует создавать ажиотажа, не стоит паниковать», – сообщила инфекционист Сауле Атыгаева (Nur.kz, 2020d). Данное мнение было оспорено ВОЗ 17 марта 2020 года, заявившей о том, что доля случаев тяжелого и крайне тяжелого течения заболевания однозначно выше, а смертность при COVID-19, вероятно, также выше, чем при гриппе (WHO.int, 2020).
- В статьях не раз отмечалось, что в отечественных аптеках имеется достаточное количество масок и медикаментов, что противоречило

реалиям (Nur.kz, 2020e).

- Также в статье от 2 апреля 2020 года отмечалось, что казахстанцы с признаками ОРВИ, ОРЗ или другой простудной инфекции проходят ПЦР-тестирование на выявление COVID-19 с целью ранней диагностики и лечения коронавируса еще с начала января 2020 года (Nur.kz, 2020f), что противоречит фактам: первые ПЦР-тесты по выявлению коронавируса появились в Казахстане значительно позднее (Zakon.kz, 2020a).
- 1 июня 2020 года на одном из казахстанских новостных порталов вышла статья со ссылкой на российские источники, о том, что выявлен новый способ передачи коронавируса человеку. В статье сообщается, что после тщательного лабораторного обследования вирус не был обнаружен у животных, продающихся на уханьском мясном рынке (Nur.kz, 2020g; Today.kz, 2020). Эта новость противоречит той, что публиковалась в январе, в которой сообщалось, что практически все туши диких животных на этом рынке были заражены коронавирусом (Nur.kz, 2020h; 24.kz, 2020).

Стоит отметить, что количество таких противоречий постепенно уменьшалось по мере того, как ВОЗ публиковала новые сведения о вирусе. Также были случаи, когда власти Китая преднамеренно предоставляли ложные сведения мировой общественности. Например, анализ, проведенный британскими исследователями, показал, что заразившихся коронавирусом в Китае намного больше, чем это признавалось официально. С данным заявлением Китайское отделение ВОЗ согласилось (Nur.kz, 2020i).

Одним из критериев классификации ложной информации в рамках данного исследования является высокая тональность статей. Такие фразы как: «вирус-убийца», «смертельный», «режим военного времени» и другие, встречаются практически на каждом веб-портале страны (Nur.kz, 2020j; Nur.kz, 2020k; Nur.kz, 2020l; Tengrinews.kz, 2020a; 24.kz, 2020a; Zakon.kz, 2020b). Если авторы нагнетают ситуацию, используя такие словосочетания и фразы, как: «смертельный вирус», «китайский вирус», «вирус-убийца», «неизвестная пневмония», «загадочная пневмония», «китайский вирус-убийца», «введен режим военного времени», «склады трупов» и т. д., они зачастую вызывают у читателей отрицательные эмоции. Можно предположить, что такие эмоции, вызванные манипулятивными статьями, в свою очередь, влияют на подсознание читателей, определяя их дальнейшие действия. А такие словосочетания как «китайский вирус» или «китайский вирус-убийца» вполне способны посеять расизм и национализм в обществе. Высокая эмоциональность, которая в рамках данного исследования классифицируется как признак ложной информации, наблюдается в 340 статьях.

Так как дезинформация и мисинформация имеют некоторые различия, мы разграничили статьи, в которых ложная информация создавалась исключительно для данной статьи, и материалы, которые повторяли циркулировавшую в других источниках ложную информацию. Для этого во внимание берутся источники информации, а сама информация проверяется на достоверность. Согласно нашим данным, процент мисинформации (64 %) на казахстанских новостных порталах значительно превышает дезинформацию. Это означает, что большая часть ложной информации на казахстанских веб-платформах была

распространена не намеренно, но взята из других источников. Около 36 % анализируемых статей относятся к категории дезинформации, то есть ложная информация возможно была сфабрикована казахстанскими журналистами. Возможно, это обусловлено тем, что интернет-издательства выпускали минимум по тридцать статей в день, и это сказалось на качестве контента.

Также стоит отметить, что анализируемые статьи в данном исследовании лишь частично содержат ложную информацию. Очень часто информация бралась из других источников, зачастую российских, и не проверялась на достоверность. Следует напомнить, что страны ЕС не раз подозревали Россию в целенаправленном распространении дезинформации о коронавирусе (Svoboda.org, 2020). В связи с этим казахстанским издательствам рекомендуется внимательнее проверять российские источники на предмет дезинформации или же чаще ссылаться на зарубежные первоисточники, чтобы не стать жертвой мисинформации.

Заключение

Основной целью данного исследования было проанализировать статьи казахстанских веб-порталов на предмет наличия в них ложной информации. По результатам исследования, из 4712 имеющихся, было выявлено 1844 публикаций, содержащих ложную информацию в том или ином виде. Все из выявленных 1844 статей были лишь частично ложными, то есть содержащими искаженные или противоречивые факты.

Отвечая на вопросы исследования, можно прийти к выводу, что любой мировой кризис сопровождается дезинформацией. Какие бы масштабы этот кризис не имел, за ним всегда следуют фейковые новости, слухи, мисинформация и т. д., зачастую даже опережая само событие, вызвавшее кризис. Поэтому в какой-то мере закономерно, что пандемия коронавируса повлекла за собой инфодемию.

Затрагивая второй вопрос исследования, мы выделили основные причины распространения ложной информации на новостных веб-порталах страны:

- безответственность или халатное отношение редакций к публикуемой информации в погоне за популярностью и прибылью;
- психологические манипуляции граждан с целью продать сомнительные продукты;
- разногласия медицинского дискурса о мерах защиты по принципу «сколько людей, столько и мнений»;
- манипуляция сознания с целью вызвать у людей чувство неуверенности, посеять расизм и обеспечить дальнейшее манипулирование публикой.

Как отмечалось ранее, дезинформация и мисинформация о коронавирусе различаются: первая – это преднамеренное распространение ложной или вводящей в заблуждение информации, а вторая – непреднамеренное распространение информации; обе они представляют серьезную угрозу для здоровья населения. Платформы новостных статей способствовали распространению ложной информации, что в сочетании с другими

факторами усложнило ответные меры общественного здравоохранения, и привело к плачевным результатам во время пандемии.

Забегая вперед, можно ожидать, что мисинформации и дезинформации о коронавирусе в СМИ станет больше, поскольку спрос на информацию о вирусе растет изо дня в день, а качество предоставляемой информации имеет тенденцию ухудшаться. Без надежных локальных медийных экосистем веб-платформам будет особенно сложно сдерживать дезинформацию и мисинформацию. Потребуется долгосрочные регулирующие меры для устранения структурных факторов, способствующих процветанию дезинформации и мисинформации. В ближайшей перспективе казахстанским новостным интернет-платформам следует работать над уменьшением наносимого ими вреда, начиная с быстро распространяющейся дезинформации и мисинформации о коронавирусе.

Редакции должны пойти дальше в борьбе с ложной информацией и распространением слухов о коронавирусе, структурно изменив работу своих веб-сайтов. Борьба с фейковой информацией в интересах Министерства здравоохранения РК, так как она уберезет публику от сомнительных оздоровительных способов, которые могут повлечь вред здоровью и даже смерть граждан. Такое изменение потребует фундаментальной перестройки в фоновых алгоритмах, которые создают контент и содержание статей.

Третий вопрос исследования гласит: как бороться с дезинформацией? На него ответил Глава подразделения по киберпреступности и противодействию отмыванию денег Управления ООН по наркотикам и преступности (УПН ООН) Нил Уолш. По его словам, самые достоверные источники – это Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) и Организация Объединенных Наций, поэтому факты о коронавирусе необходимо брать именно с этих сайтов (UN, 2020). Ниже представлены наши конкретные рекомендации новостным веб-порталам, а также простым читателям в борьбе с мисинформацией и дезинформацией в сети:

1. Тщательно проверять источники, сопоставляя их информацию с официальными данными, не гнаться за сенсационной новостью, а потратить время на проверку фактов.
2. Использовать приложения и веб-сайты по проверке фактов на достоверность, которые обнаруживают и маркируют сомнительные сведения. Обойдите заголовки и прочитайте историю до конца. Если она звучит сомнительно, поищите сайты, проверяющие факты, чтобы узнать, не было ли это уже опровергнуто. В Казахстане запустили такие сайты www.stopfake.kz и www.factcheck.kz, которые специализируются на выявлении ложной информации в казахстанских СМИ.
3. Уделять приоритетное внимание обзору контента о коронавирусе. Если информация несет высокую эмоциональность, в ней выражена только одна точка зрения на проблему или же информация подвергает вас в шок, то, скорее всего, вы имеете дело с дезинформацией. Даже опечатки или грамматические ошибки, ошибки в фамилиях спикеров, нарушение правил правописания или пунктуации должны стать основанием для подозрений.

4. Не распространять сомнительный контент. Зачастую многие читатели делятся ложной информацией с друзьями и семьей, сами не осознавая, что информация была фейковой. Тем самым они расширяют круг воздействия дезинформаторов. Поэтому, прежде чем поделиться новостью, проверьте ее на достоверность.
5. Веб-порталы должны предлагать пользователям качественную, достоверную информацию и, соответственно, проверять факты в сообщениях о коронавирусе.

В ответе на последний вопрос исследования, что преобладает на новостных порталах: мисинформация или дезинформация? – можно с уверенностью заявить, что казахстанские веб-порталы часто становятся жертвами мисинформации, так как не тщательно проверяют свои источники. На основании проведенного исследования можно прийти к выводу, что российские источники, на которые часто ссылаются отечественные новостные платформы, не всегда являются достоверными. Следует чаще проверять источники, а также ссылаться на иностранные первоисточники.

Нужно отметить, что многие статьи дублировались либо переписывались из одного источника в другой, и соответственно, такие материалы анализировались в качестве одной и той же публикации. Также в данной работе упоминаются, в каких именно издательствах наблюдается наличие дезинформации или мисинформации, так как цель нашей работы повысить качество информации на информационных порталах страны, а также установить, насколько имели место случаи дезинформирования в период пандемии в Казахстане. При написании данной работы по теме исследования нами была изучена специальная литература, включающая научные статьи по дезинформации в период мировых кризисов, учебники и пособия по журналистике, рассмотрено практическое применение разработанных критериев по выявлению ложных сообщений, а также собраны советы и рекомендации по предотвращению распространения фейковых новостей.

В данной статье представлен лишь один из способов в борьбе с ложной информацией – это показать и обучить. Скрупулезная проверка информации и ее источников является одним из вариантов борьбы с инфодемией, продемонстрированных в данном исследовании. Однако существуют множество других средств. Например, в Гааге изобрели совершенно новый подход в борьбе против инфодемии (Currenttime.tv, 2017). Существует веб-сайт ДРОГ (DROG–<https://drog.group>), который намеренно создает и распространяет фейковые новости, а затем читателю сообщается, что его обманули. Методом обмануть/обучить, читателям предоставляют заведомо ложные новостные сводки, а затем поясняют, где и по каким критериям можно было распознать дезинформацию. Ключевая особенность этого принципа состоит в том, что пользователям данного сайта дают не только читать ложную информацию, но и создавать ее самостоятельно. Данный метод обучения пользуется популярностью лишь в Нидерландах и, согласно статистике, он не всем по нраву. Многие пользователи, узнав, что их обманули, обычно просто покидают сайт, но самые любопытные остаются узнать, где их разыграли, также их привлекает возможность создать свою собственную фейковую новость. В итоге научившись анализировать, критически мыслить, распознавать и даже создавать ложные новости, читатели, вероятнее всего, смогут избежать статуса «жертвы дезинформации» в

информационном пространстве. Не исключено, что данная система по борьбе с дезинформацией наберет популярность и в остальных странах, так как распространение фейковых новостей в СМИ и социальных сетях привлекает внимание все большего количества исследователей. В развитом мире с передовыми технологиями и институтами борьбы с дезинформацией технически грамотные люди чаще получают контроль над фейковыми новостями и не становятся жертвами дезинформаторов. Можно надеяться, что данная статья поспособствует продвижению Казахстана на новый уровень медиаграмотности.

Список использованной литературы

1. BBC.com (20 апр. 2020). “Чеснок, коровья моча и другие мифы о лечении COVID-19.” BBC NEWS: Русская сводка. Доступен по ссылке: <https://www.bbc.com/russian/media-52355574>. Дата просмотра: 28 сент. 2020.
2. BBC.com (4 May 2020a). “Coronavirus: The seven types of people who start and spread viral misinformation.” BBC NEWS. Доступен по ссылке: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-52474347>. Дата просмотра: 4 окт. 2020.
3. Brennen, Simon, Howard, Nielsen (2020). “Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation.” ReutersInst, 7.
4. Currenttime.tv (2017). “Этот сайт начал публиковать фейки, и вот что произошло с его статистикой.” Настоящее время. Доступен по ссылке: <https://www.a/28442906.html>. Дата просмотра: 29 сент. 2020.
5. Idelreal.org (2017). Idel.Реалии. “Как распознать фейк?” Доступен по ссылке: <https://www.idelreal.org/a/28255004.html>. Дата просмотра: 12 окт. 2020Manning, Romerstein (2004). “Historical Dictionary of American Propaganda.” Greenwood.
6. Inform.kz (2020). “Зафиксирован первый случай смерти из-за пневмонии в Китае.” KAZINFORM Международное информационное агентство. Доступен по ссылке: https://www.inform.kz/ru/zafiksirovan-pervyy-sluhay-smerti-iz-zapnevmonii-v-kitae_a3602673. Дата просмотра: 4 окт. 2020.
7. Islam Md Saiful, Tonmoy Sarkar, Sazzad Hossain Khan, Abu-Hena Mostofa Kamal, S. M. Murshid Hasan, Alamgir Kabir, DaliaYeasmin, Mohammad Ariful Islam, Kamal Ibne Amin Chowdhury, Kazi Selim Anwar, Abrar Ahmad Chughtai, Holly Seale (2020). “COVID-19–Related Infodemic and Its Impact on Public Health: A Global Social Media Analysis.” The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene. Volume 103, Issue 4, p. 1621 - 1629. Доступен по ссылке: <http://www.ajtmh.org/content/journals/10.4269/ajtmh.20-0812;jsessionid=-ETrfB53Hw7IIHnlp2BbSu4i.ip-10-241-1-122>. Дата просмотра: 15 окт. 2020.
8. News.un.org (2020). “UN chief outlines solutions to defeat ‘four horsemen’ threatening our global future.” Peace and Security. Доступен по ссылке: <https://news.un.org/en/story/2020/01/1055791>. Дата просмотра: 28 сент. 2020.
9. NUR.KZ (2020). “Казахстанка заявила, что знает, как вылечить коронавирус.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1838180-kazahstanka-zaavilacto-znaet-kak-vylecit-koronavirus.html>. Дата просмотра: 9 окт. 2020.
10. NUR.KZ (2020a). “Вспышка пневмонии в Китае: Минздрав обратился к казахстанцам.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1834897-vspyska-pnevmonii-v-kitae-minzdrav-obratilsa-k-kazahstancam.html>. Дата просмотра: 30 сент. 2020.
11. NUR.KZ (2020b). “Вспышка пневмонии в Китае: зафиксирован первый случай смерти.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1835673-vspyska-pnevmonii-v-kitae-zafiksirovan-pervyy-sluhaj-smerti.html>. Дата просмотра: 4 окт. 2020.
12. NUR.KZ (2020c). “Казахстанец рассказал, что может убить новый вирус из Китая.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1835524-kazahstancerasskazal-cto-mozet-ubit-novyy-virus-iz-kitaa.html>. Дата просмотра: 11 окт. 2020.
13. NUR.KZ (2020d). “Астанчан призвали не паниковать из-за коронавируса.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1838222-astancan-prizvali-nepanikovat-iz-za-koronavirusa.html>. Дата просмотра: 13 окт. 2020.
14. NUR.KZ (2020e). “В аптеках Алматы не хватает масок, защищающих от коронавируса.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1837944-valmaty-ne-hvataet-masok-zasisausih-ot-koronavirusa.html>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
15. NUR.KZ (2020f). “Казахстанцев с ОРВИ средней и тяжелой формы проверяют

- на коронавирус.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1848701-kazahstancsev-s-orvi-srednej-i-tazeloj-formy-proverat-na-koronavirus.html>. Дата просмотра: 12 окт. 2020.
16. NUR.KZ (2020g). “Новую версию происхождения коронавируса выдвинули в Китае.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1858248-novuu-versiu-proishozdenia-koronavirusa-vydvynuli-v-kitae.html>. Дата просмотра: 11 окт. 2020.
 17. NUR.KZ (2020h). “Способность распространения усиливается: китайские власти о вирусе-убийце.” НУРФИН. Доступен по ссылке: https://www.nur.kz/1837882-sposobnost-rasprostranenia-usilivaetsa-kitajskie-vlasti-o-viruse-ubijce.html?utm_source=clipboard. Дата просмотра: 10 окт. 2020
 18. NUR.KZ (2020i). “Новым китайским вирусом могли заразиться сотни людей.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1836773-novym-kitajskim-virusom-mogli-zarazitsa-sotni-ludej.html>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
 19. NUR.KZ (2020j). “Опасен ли для Казахстана коронавирус из Китая” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1837470-opasen-li-dla-kazahstana-koronavirus-iz-kitaa-rasskazal-beksin.html>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
 20. NUR.KZ (2020k). “Жители пораженного смертельным вирусом Ухана начали драться за еду (видео).” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1837554-ziteli-porazennogo-smertelnym-virusom-uhana-nacali-dratsa-za-edu-video.html>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
 21. NUR.KZ (2020l). “Режим «военного времени» ввели в Тяньцзине из-за вируса-убийцы.” НУРФИН. Доступен по ссылке: <https://www.nur.kz/1838183-rezim-voennogo-vremeni-vveli-v-tanczine-iz-za-virusa-ubijcy.html>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
 22. Russonello (13 March 2020). “Afraid of coronavirus? That might say something about your politics.” The New York Times. Доступен по ссылке: <https://www.nytimes.com/2020/03/13/us/politics/coronavirus-trump-polling.html>. Дата просмотра: 9 окт. 2020.
 23. Scheufele, Krause (2019). “Science audiences, misinformation, and fake news.” *Proc Natl Acad Sci*, 116 (16). 7662–7669.
 24. Svoboda.org (2020). РадиоСвобода. “ЕС заподозрил российские СМИ в распространении дезинформации о коронавирусе.” Новости. Доступен по ссылке: <https://www.svoboda.org/a/30494937.html>. Дата просмотра: 5 окт. 2020.
 25. Tengrinews.kz (2020). “Вспышка пневмонии в Китае: зафиксирован первый случай смерти.” Доступен по ссылке: https://tengrinews.kz/world_news/vspyishka-pnevmonii-kitae-zafiksirovan-pervyy-sluchay-388488/. Дата просмотра: 4 окт. 2020.
 26. Tengrinews.kz (2020a). “Военное положение из-за коронавируса ввели еще в одном городе Китая.” Доступен по ссылке: <https://tengrinews.kz/asia/voennoe-polojenie-iz-za-koronavirusa-vveli-v-odnom-gorode-405365/>. Дата просмотра: 6 окт. 2020.
 27. Today.kz (2020). “В Китае выдвинули новую версию происхождения коронавируса.” Мир. Доступен по ссылке: <http://today.kz/news/mir/2020-05-30/798768-v-kitae-vyidvinuli-novuu-versiyu-proishozhdeniya-koronavirusa/>. Дата просмотра: 14 окт. 2020.
 28. UN (2020). “Киберпреступность и распространение дезинформации во время пандемии COVID-19.” ООН Covid-19: ответные действия. Доступен по ссылке: <https://www.un.org/ru/coronavirus/un-tackling-%E2%80%98infectious-disease-%E2%80%99-misinformation-and-cybercrime-covid-19>. Дата просмотра: 15 нояб. 2020.
 29. Wardle, Derakhshan (2017). “Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making.” Council of Europe report 27.

30. WHO (2020a/b/c). “Coronavirus Disease (COVID-19) Advice for the Public: Mythbusters.” World Health Organization. Geneva, Switzerland. Доступен по ссылке: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>. Дата просмотра: 12 окт. 2020.
31. WHO (2020). “Вопросы и ответы: сходства и различия возбудителей COVID-19 и гриппа.” Всемирная Организация Здравоохранения. Женева, Швейцария. Доступен по ссылке: <https://www.who.int/ru/news-room/q-a-detail/q-a-similarities-and-differences-covid-19-and-influenza>. Дата просмотра: 6 окт. 2020.
32. Zakon.kz (2020). “После вспышки пневмонии в Китае Минздрав обратился к казахстанцам.” Доступен по ссылке: <https://www.zakon.kz/5001681-posle-vspyshki-pnevmonii-v-kitae.html>. Дата просмотра: 30 сент. 2020.
33. Zakon.kz (2020a). “В Казахстане появились тесты на коронавирус, показывающие результат в течение часа.” Доступен по ссылке: <https://www.zakon.kz/5021202-v-kazahstane-royavilis-testy-na.html>. Дата просмотра: 15 окт. 2020.
34. Zakon.kz (2020b). “В Китае сообщили о вспышке нового смертельного вируса.” Доступен по ссылке: <https://www.zakon.kz/5035322-v-kitae-soobshchili-ovspyshke-novogo.html>. Дата просмотра: 15 окт. 2020.
35. Ztb.kz (2020). “Казахстанка заявила, что знает, как вылечить коронавирус.” Доступен по ссылке: <https://ztb.kz/novosti/kazahstanka-zaavila-cto-znaet-kak-vylecit-koronavirus>. Дата просмотра: 10 окт. 2020.
36. Волкогонов (1983). Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. — М. Воениздат, с. 288.
37. Райзберг, Лозовский, Стародубцева (1999). Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, с. 479.
38. 24.kz (2020). “Ученые назвали еще один источник китайской вирусной пневмонии.” Хабар 24. Новостной портал агентства «Хабар». Доступен по ссылке: <https://24.kz/ru/news/in-the-world/item/369410-uchene-nazvali-eshche-odin-istochnik-kitajskoj-virusnoj-pnevmonii>. Дата просмотра: 10 окт. 2020.
39. 24.kz (2020a). “Китай хранил смертельный вирус в Ухани с 2012 года – СМИ.” Хабар 24. Новостной портал агентства «Хабар». Доступен по ссылке: <https://24.kz/ru/news/in-the-world/item/407134-kitaj-khranil-smertelnyj-virus-v-ukhani-s-2012-goda-smi>. Дата просмотра: 12 окт. 2020.

ОБЗОР СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАЗАХСТАНА В ПЕРИОД COVID-19

Айнур Сламгажы

Введение

Коронавирус, появившийся в 2019 году (2019-nCoV), или COVID-19, как теперь его называют, распространился по всему миру и унес жизни миллионов людей. На планете этим опасным вирусом заразились более 170 миллионов человек, из них более 400 тысяч – в Казахстане.

Во время коронавирусного кризиса люди значительно больше времени стали проводить за компьютерами и телефонами, и в период карантина таким образом развлекались онлайн и получали новости о COVID-19. Во время пандемии всем понадобилась оперативная и точная информация о способах распространения, симптомах и профилактике заболевания.

В эпоху интернета наиболее эффективной возможностью быстрого обмена новостями являются социальные медиа. Они используются для поиска, обмена и распространения медицинской информации среди населения. Кроме того, социальные медиа – это важный неформальный источник медицинской информации, которая обходит стороной медицинских работников или департаменты здравоохранения. Кроме того, это площадка, где можно высказать свою точку зрения или обменяться мнениями по любым жизненно важным вопросам, связанным со здоровьем (Charles-Smith et al., 2000).

Брукс и др. (Brooks et al., 2000) утверждают, что социальные медиаплатформы стали полезными для общества, так как благодаря им можно пообщаться с друзьями и семьей, что значительно уменьшает воздействие изоляции и, как следствие, уныния, связанного с тревогой и долгосрочным стрессом. Поэтому для уменьшения такого психологического воздействия при изоляции дома это становится важным фактором.

Однако, иногда это средство коммуникации используется как проводник тактики запугивания и дискриминации, теории заговора и ложных сообщений, которые, в итоге, толкают людей на непредсказуемые поступки. Это может представлять большую угрозу для их жизни. Дезинформация сбивает с толку и пугает людей, она мешает реагировать на вспышку заболевания.

В Казахстане, после того как 13 марта 2020 года были выявлены первые случаи заболевания COVID-19, ситуация с дезинформацией и фейк-новостями из социальных медиа привела к появлению и росту сомнительных предположений, которые при нормальных обстоятельствах потребовали бы диагностического, медикаментозного и справочного мониторинга. Страна, опираясь на опыт других государств, пыталась справиться с кризисом, выбрав наиболее оптимальный для себя путь. 16 марта 2020 года было введено чрезвычайное положение, а 19 марта 2020

года по городу Алматы был объявлен локдаун. С 28 марта были применены жесточенные ограничительные меры, в рамках которых жители могли покидать свои дома только чтобы купить продукты или выехать на работу (Kerimray et al, 2020).

Это исследование дает объективное представление о том, что подпитывает рост фейковых новостей среди пользователей социальных медиа и как это влияет на население в целом в период пандемии COVID-19.

Обзор литературы

Появление интернета изменило ход вещей и судьбу мира в целом, включая способы коммуникации, считают Брайан и Агнешка (Bryan & Agnieszka, 2018). Интернет – это как двуручный старинный меч. Каждый может получить от него и пользу, и вред.

Будучи самым быстрорастущим средством коммуникации всех времен, интернет меняет не только то, как люди получают информацию, но и то, как они думают и как они относятся к определенным вопросам. С появлением пандемии COVID-19 почти внезапно большинство вещей стали электронными: электронное обучение, электронная коммерция, электронные игры, электронные книги, электронная посещаемость. По мере того, как будет сохраняться социальное и физическое дистанцирование, люди все больше будут зависеть от цифровых платформ, чтобы что-то заказать, общаться, искать информацию, работу или просто совет, и они, эти платформы, будут постепенно укрепляться на сформированных ранее привычках.

Студенты и преподаватели университетов считают, что интернет идеально подходит для достижения академических целей. Другие пользователи в основном используют интернет для мониторинга и потребления новостей как на новых, так и на привычных медиаплатформах. А лидеры отраслей считают, что интернет помогает им продвигать свой бизнес в социальных сетях, на радио, телевидении и в газетах, а также он держит в курсе того, что происходит в мире (O'Connor & Weatherall, 2019).

Распространенность и доступность интернета являются лучшими факторами использования социальных медиа, что в свою очередь делает доступными новости. Благодаря этому социальные медиа-инструменты широко используются и рассматриваются как один из важнейших источников получения новостей. Социальные медиа также считаются одним из основных способов распространения фейк-новостей (Berghel, 2017). Ойейеми и др. (Oyejemi et al., 2014) в своем исследовании утверждают, что социальные медиа вполне могут быть каналом, через который люди распространяют дезинформацию или ложные слухи. Согласно Турману (Thurman, 2008), не только социальные медиа, но и новостные интернет-издания могут предоставлять недостоверный контент ради оперативности или привлечения внимания.

Социальные сети, инфодемия и дезинформация

Только за десять месяцев после вспышки COVID-19 в PubMed было опубликовано более 63 тысяч научных работ с ключевыми словами

«COVID-19». Это показывает, с какой высокой скоростью движется поток как достоверной, так и недостоверной информации. Усиленное внимание средств массовой информации делает массу непроверенных данных доступной; это явление было названо инфодемией (Zarocostas, 2020).

Информация по времени распространяется по формальным и традиционным каналам так же, как и дезинформация. Дему и др. (Deroux et al., 2020) предлагают создать рабочие группы, направленные на борьбу с мифами и дезинформацией в социальных медиа. Именно с этой целью Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) разработала и представила на своем веб-сайте эксклюзивный раздел, предназначенный для разоблачения поддельной информации о коронавирусе.

Ванг и др. (Wang et al., 2019) отмечают, что термин «фейковые новости» привлек серьезное внимание СМИ и ученых после президентских выборов в США в 2016 году. Этот термин глубоко связан с другими формами неточной информации, и особенно дезинформацией, со всеми отправленными сообщениями, сторисами, теориями или взглядами, которые быстро распространяются через социальные контакты или онлайн-медиа.

Тема распространения дезинформации не нова, многие ученые (Del et al., 2016; Shao et al., 2018; Scheufele & Krause, 2019; Jin et al., 2014) еще до вспышки COVID-19 проводили изыскания именно по этой теме. Некоторые исследователи (Li et al., 2017; Pathak et al., 2015; Schmidt et al., 2018; Seltzer et al., 2017; Sharma et al., 2017) работали над информацией о здоровье в социальных сетях, также в центре внимания многих исследований (Allington et al., 2020; Wood, 2018; Lewandowsky et al., 2013) была теория заговора.

Согласно некоторым исследователям (Gentzkow & Yu, 2018; Allcott & Gentzkow, 2016), многие взрослые люди, которые читают или сталкиваются с фейковыми новостями, склонны им верить, поэтому делятся ими с другими. Другие ученые (Spohr, 2017; Azzimonti & Fernandes, 2018) утверждают, что фальшивые истории и дезинформация формировали и продолжают формировать основные события мировой истории, такие как выборы, политические кризисы и даже стихийные бедствия. С целью остановить дезинформацию, некоторые социальные медиакомпании, такие как Facebook, выступили с некоторыми политическими инициативами по сокращению быстрого распространения ложного новостного контента в 2016 году после всеобщих выборов в США.

Как верно отметили Олпорт и Постман (Allport & Postman, 1947), недостоверность сообщения может быть связана с противоречивыми историями, причем ни одна из них не заслуживает большего доверия, чем другая. Доверие, как всесторонне изученное в исследованиях коммуникации явление, включает в себя доверие к сообщению, источнику и к средствам массовой информации (Metzger et al., 2003). Согласно Вангу и др. (Wang et al., 2019) в традиционных СМИ по сравнению с социальными медиа каждый аспект достоверности информации довольно хорошо изучен. В социальных медиа особенно сложно оценить достоверность источника, поскольку пользователи являются самоиздателями, не подлежащими никакой форме фактической проверки или подотчетности.

Олу и Демуякор (Oloo & Demuyakor, 2020) утверждают, что новости средств массовой информации являются доверительными из-за строгого соблюдения журналистского кодекса, правил и редакционных стандартов,

применяемых в журналистике. Однако Герхард и Канг (Gearhart & Kang, 2014) утверждают, что стало очень трудно перепроверять достоверность информации в социальных сетях, особенно учитывая, что в настоящее время традиционные СМИ склонны воспринимать социальные сети источником последних новостей, не проверяя их точность.

Шао и др. (Shao et al., 2018) рассматривали обширное распространение дезинформации в интернете как серьезный вызов свободному обмену мнениями и, следовательно, демократии. Они также отметили, что 63 % американцев не доверяют новостям, поступающим из социальных медиа, хотя большинство из них регулярно использует социальные сети для получения новостей.

Социальные медиа, используемые в Казахстане

Рост социальных сетей, как никогда прежде, предоставил пользователям массу новых удобных способов доступа к информации. По данным Datareportal, в январе 2020 года в Казахстане насчитывалось 14,73 млн пользователей интернета и 9,50 млн пользователей социальных сетей (Kemp, 2020). В период пандемии COVID-19 люди в Казахстане получают новости по различным каналам, включая традиционные медиа, новые медиа, в том числе и социальные сети. Несмотря на важность онлайн-новостей при распространении информации о пандемии были важны, они также стали источником неверной информации, слухов и фейковых новостей. Многие предыдущие исследования (Allington et al., 2020; Oyeyemi et al., 2014; Freeman et al., 2020) обнаружили негативную связь между защитным поведением и доверием к особой форме дезинформации, известную как теория заговора.

Продолжая извлекать пользу из удобства и доступности социальных сетей, люди подвергают себя воздействию конкретной шумевшей и неточной информации, распространяемой в социальных медиа. Например, фейковых новостей, которые состоят из статей, намеренно написанных для передачи ложной информации с различными целями, в том числе и для манипуляций (Shu et al., 2017).

Отсутствие единодушия научных взглядов на ранних этапах пандемии привело к огромному информационному пробелу. Это стало благоприятной почвой для теории заговора и ложных медицинских рекомендаций. Таким образом, правительства и медицинские организации, которые уже испытывали трудности в борьбе с эпидемией коронавируса, столкнулись с новым фронтом борьбы. Эта новая битва включает в себя глобальный правительственный заговор, чипирование, башни 5G, поглощенный метанол (который вызвал ряд смертей), способы диагностики COVID-19 и поддельные лекарства (этот список можно продолжить). Эта волна фейковых новостей коснулась и Казахстана, где многие используют приложения социальных медиа в своей повседневной жизни.

Усилия по сдерживанию распространения ложных новостей

Для предотвращения дальнейших случаев заболевания и борьбы с дезинформацией о пандемии коронавируса во всем мире были приняты

колоссальные меры. Социальные медиа, такие как Facebook, YouTube и Twitter заявили, что они прилагают усилия, чтобы указать людям на надежные источники медицинской информации, и имеют прямые линии связи с ВОЗ и Центрами по контролю и профилактике заболеваний (Frenkel, 2020).

Чтобы форсировать борьбу за сдерживание дезинформации о смертельном коронавирусе, Facebook начал удалять контент с ложной информацией и теорией заговора. С зашифрованными мессенджерами все гораздо сложнее. WhatsApp, возможно, не сможет модерировать сообщения, отправляемые пользователями, вместо этого сервису пришлось ввести ограничения на переадресацию сообщений.

Организация Объединенных Наций запустила обращение и веб-сайт Verified (<https://shareverified.com/>). «Дезинформация распространяется в интернете, в приложениях для обмена сообщениями от человека к человеку. Его создатели используют опытные методы производства и распространения. Чтобы противостоять этому, ученые и учреждения, такие как Организация Объединенных Наций, должны предоставить людям точную информацию, которой они могут доверять», – заявил Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш, объявивший об этой инициативе (Wone, 2020). Но в результате этих попыток оказывается недостаточно, чтобы остановить инфодемию.

Как было также отмечено Цинелли и др. (Cinelli et al., 2020) распространение информации может серьезно повлиять на поведение людей и изменить эффективность контрмер, развернутых правительствами. Таким образом, важно знать, что является причиной инфодемии и как ее предотвратить.

В свете всей изученной литературы это исследование было направлено на то, чтобы ответить на вопросы о том, как информация о COVID-19 распространялась, искажалась, как ею манипулировали в социальных сетях в Казахстане, а также почему люди в стране полагались на конкретные социальные сети.

Теоретические основы

В данном исследовании рассматривается теория медиазависимости (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Теория медиазависимости гласит, что люди будут больше полагаться на масс-медиа для получения информации при определенных условиях, таких как доступность других источников информации (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976; Loges, 1994).

Теория медиазависимости утверждает, что люди (или общество в целом) испытывают чувство неопределенности, когда информация недостаточна или противоречива. Неопределенность имеет тенденцию усиливаться, когда в окружающей среде возникают угрозы, такие как стихийные бедствия или политические кризисы, неустойчивость экономики или социальные потрясения, что заставляет людей становиться более зависимыми от медиасистемы (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976: 9). Неопределенность может быть устранена, когда медиа собирают и передают информацию, которая может помочь понять текущую ситуацию и способствовать действиям по предотвращению угроз. Однако неопределенность может еще больше увеличиться, когда исходный

источник информации предоставляет неполные сведения (Ball-Rokeach, 1973; Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Высокий уровень неопределенности может привести к дальнейшим попыткам поиска информации, и, как правило, решается это путем более интенсивного воздействия на доступные информационные каналы (Ball-Rokeach, 1973; Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

Болл-Рокешо и Де Флер (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976) первоначально концептуализировали теорию для применения к нескольким уровням анализа. Макроуровень ориентирован на структурные отношения зависимости между общественностью, масс-медиа и другими социальными институтами. На микроуровне анализа медийная зависимость имеет асимметричный эффект, при котором достижение целей и потребностей индивидов зависит от информационных ресурсов, контролируемых социальными и медийными институтами (Ball-Rokeach, 1985).

В статье, в которой изучалась зависимость от медиа среди китайцев во время эпидемии атипичной пневмонии 2003 года, исследователи Тай и Сун (Tai & Sun, 2007) отметили, что информационный контроль китайского правительства во время эпидемии атипичной пневмонии привел к тому, что китайцы для разрешения неопределенности стали больше доверять интернету и службам коротких сообщений.

Теория медиазависимости особенно важна для данного исследования, поскольку она предлагает более широкие рамки для объяснения потребности казахстанцев в информации и разрешения неопределенности, с чем они столкнулись с самого начала вспышки COVID-19. Эта теория объясняет, как поощрялось использование различных каналов связи. Чтобы понять, почему люди в Казахстане полагались на определенные социальные сети, важно подчеркнуть, почему пандемия COVID-19 является таким уникальным случаем. Дело в том, что большое количество «белых пятен» было создано из-за отсутствия четких указаний и информации от медицинских организаций, прозрачности со стороны правительства. В частности, сосредоточив внимание на связи между информационными потребностями людей и способностью медиасистемы собирать и предоставлять информацию, теория медиазависимости утверждает, что информационная потребность является основной причиной того, почему люди полагаются на медиа.

Методология

Данное исследование направлено на то, чтобы выяснить, откуда люди получают информацию о COVID-19, какой медиаплатформе казахстанцы доверяют больше всего, как они относятся к общению на медицинские темы, каково их отношение к фейковым новостям и дезинформации. С этой целью исследователи инициировали проведение опроса, в котором отбор респондентов осуществлялся на основе удобства доступности выборки.

Был проведен профильный онлайн-опрос среди потребителей социальных медиа. Анкета была разработана на казахском языке на облачном веб-сайте (surveymonkey.com), ссылки были распространены через социальные медиаплатформы, такие как Facebook, Instagram и WhatsApp-группы. Всего было заполнено 322 вопросника.

Анкета – это один из методов опроса для сбора данных для исследования. Как отметил Гюнтер (Gunter, 2000), существует два типа вопросника: неструктурированный и структурированный. Исследователь использовала структурированные анкеты для сбора данных от респондентов. Был использован дескриптивный анализ, а данные результатов были загружены с сайта <https://www.surveymonkey.com>.

Выводы и обсуждения

В этом исследовании приняли участие в общей сложности 322 респондентов. Среди них 82,30 % (n=265) – женщины, 17,70 % (n=57) – мужчины. Большинство респондентов – выходцы из сельской местности Казахстана – 32,51 % (n=105), в то время как крупные города с миллионным населением составляют всего 30,65 % (n=99). Что касается образования, то большое количество респондентов имеет степень бакалавра и выше (n=212, 65,43 %).

Неопределенность и ее последствия

Что касается теории медиазависимости, то в первые дни вспышки люди буквально бросились в интернет за новостями и информацией, стремясь преодолеть неопределенность, вызванную дефицитом данных о пандемии.

Люди нуждались в информации; без официальной и точной информации люди должны были сами находить ее в интернете и социальных сетях. Согласно статистике респондентов этого исследования, наибольшее количество пользователей интернета оказалось довольно молодыми людьми (n=150, 46,58% – в возрасте 15–25 лет), очевидно, что основным источником информации были социальные сети. Это подтверждается ответами, которые они дали на вопрос об источниках информации о COVID-19, где большинство участников (n=212, 65,43 %) ответили, что они используют социальные сети для получения информации о COVID-19, в то время как меньшее количество (n=73, 22,53 %) получает информацию из телевидения. Если говорить подробнее, то большинство участников пользовалось Instagram (n=152, 48,87 %), в то время Facebook, WhatsApp, Telegram, VK и YouTube были одними из самых мало используемых платформ для получения новостей и информации.

В настоящее время большое количество информации о вирусе предоставляется заинтересованными организациями как по всему миру, так и на местном уровне. Сейчас люди меньше интересуются пандемией COVID-19 по сравнению с тем, когда она только начала распространяться.

Участники этого исследования знают об опасности, которую COVID-19 представляет для их жизни. Большое количество из них (n=191, 59,13 %) считает, что этот вирус очень опасен. Оставшаяся часть респондентов, которые оценили пандемию как просто опасную или неопасную, в основном относятся к людям, которые следят за распространяемой в интернете теориями заговора и другими ложными сообщениями, связанными с COVID-19.

По истечении почти десяти месяцев после вспышки COVID-19 люди уже не так активно, как раньше, ищут информацию о пандемии. Более

половины респондентов (n=180, 55,56 %), ответивших на вопросники исследования, упомянули, что в первые дни они проверяли ежедневные и ежечасные обновления, но в настоящее время они снизили частоту проверки обновлений о вирусе. Объясняется это тем, что в первые дни пандемии ученые и правительства были еще мало информированы о вирусе, который распространялся по всему миру, и по этой причине было трудно предоставить населению какую-либо точную информацию о новой эпидемии. Оглядываясь назад, на то, через что они прошли, можно сказать, что готовность правительства не была оценена положительно. Большинство участников исследования (n=147, 45,65 %) не удовлетворены тем, насколько правительство готово к борьбе с коронавирусом. Удовлетворенность участников по поводу готовности правительства бороться с пандемией невысока (n=27, 8,39 %).

Источники информации



Распространение ложных новостей и манипулирование ими

Пытаясь узнать, как информация о COVID-19 распространялась и искажалась в социальных сетях Казахстана, как ею манипулировали, респондентов спрашивали, проверяли ли они информацию при ее получении и перед тем, как поделиться ею с другими. Большинство (n=181, 56,21 %) утверждали, что они действительно проверяют, является ли информация истинной или ложной, в то время как остальная часть либо не уделяет этому внимание, либо просто не проверяет.

Кроме 21,77 % (n=69) респондентов, которые подтвердили, что никогда не делятся информацией вообще, другие 29,91 % (n=96) делятся или пересылают информацию через WhatsApp, за которым следует Instagram (n=53, 16,51 %) и телевидение (n=51, 15,89 %).

Другие новые медиаплатформы, такие как Facebook, Telegram, VK и веб-сайты, для обмена новостями используются в меньшей степени. Причина того, что все же некоторые новые медиаплатформы чаще

используются для распространения информации, заключается в их удобном интерфейсе. Вышеупомянутые наиболее часто используемые платформы появились сравнительно недавно по сравнению с другими медиаплатформами, которые не очень популярны, но легко управляемы при распространении новостей.

Новые медиаприложения, к которым чаще всего прибегают для получения данных и обмена информацией, скорее всего, также будут использоваться для распространения дезинформации. Это было подтверждено результатами опроса, в котором 43,31 % (n=136) респондентов заявили, что получили дезинформацию из WhatsApp, в то время оставшийся процент составили остальные платформы социальных сетей, вместе взятые. Эти платформы связывают именно друзей и родственников, что отличает их от традиционных медиа. Это исследование показало, что на самом деле уровень знакомства отправителей и получателей в социальных сетях способствует быстрому распространению фейковых новостей в период пандемии. 33,02 % (n=106) респондентов признались, что получали много информации о COVID-19 от друзей и родственников.

Доверие к официальным источникам информации

В дополнение к личным связям в социальных сетях люди также могут получать информацию из официальных аккаунтов и со страниц правительств в социальных сетях. Людей, которые часто читают информацию на официальных государственных страницах здравоохранения на Facebook и Instagram, очень мало: 18,01 % (n=58), против 47,83 % (n=154) – тех, кто редко проверяет информацию на этих страницах. Пользователи, посещающие официальные правительственные страницы, утверждают, что они не удовлетворены информацией, которую они там находят (n=129, 40,19 %), в то время как несколько более высокий процент респондентов (n=136, 42,37 %) чувствуют себя удовлетворенными всякий раз, когда они посещают указанные страницы. Это создает угрозу для достоверных новостей, потому что если люди не будут доверять официальным сообщениям, то они могут быть легко обмануты и поверить дезинформации и слухам, распространяемым неофициальными источниками в социальных сетях.

Менее половины участников (n=128, 40,00 %) полагаются на информацию государственных медиа, в то время как большое количество участников (n=165, 51,56 %) не возражают против получения информации как от государственных, так и от частных медиа. Это дает надежду на то, что, в конце концов, люди, получающие информацию из официальных источников (количество таких пользователей растет), будут сопоставлять ее с той, которую они получают из социальных сетей. Это поможет иметь более или менее четкое представление о том, что является истинной, а что ложной информацией.

С самого начала пандемии люди слышали о различных способах лечения и профилактики COVID-19, не подтвержденных медицинскими организациями. Отвечая на вопрос о своей позиции относительно доверия к традиционным методам лечения, 60,19 % (n=192) участников ответили нейтрально; в то время как 24,14 % (n=77) респондентов заняли отрицательную позицию. Это означает, что они не верят в традиционную

медицину; и меньшее количество участников (n=50, 15,67 %) отнесли положительно, это означает, что они верят в традиционную медицину и поддерживают ее.



Указанные выше данные и доводы показывают, что потребность в информации, которая не предоставляется вовремя компетентными органами, приводит к отчаянному поиску информации в других источниках. Это приводит к тому, что потребители новостей в периоды катастроф, пандемий и войн подвергаются воздействию разного рода информации, которая в основном не соответствует действительности. В такие нестабильные периоды многие люди могут делиться информацией с помощью социальных сетей, распространять непроверенные факты по разным причинам.

В Казахстане в период COVID-19 люди использовали социальные сети для поиска информации в основном до того, как мировые и местные компетентные органы обрели уверенность в том, что смогут поделиться информацией о вспышке болезни. В этот период, как показали результаты исследования, для обмена информацией между собой люди использовали в основном мобильные социальные приложения. Немногие из них проверяли достоверность информации и делились ею, не принимая во внимание объективность и правдивость того, что они передавали своим знакомым.

Наблюдая за попытками людей найти информацию во время пандемии COVID-19, исследователь попыталась объяснить, почему люди в значительной степени полагаются на социальные сети. Используя теорию медиазависимости в качестве основной теоретической основы, исследование изучало, как доверие к информации от государственных чиновников здравоохранения связано с использованием конкретных каналов связи среди широкого спектра вариантов.

Основное открытие исследования состояло в том, что более низкий уровень восприятия достоверности информации от государственных

чиновников здравоохранения был связан с растущей тенденцией использовать межличностные и социальные сети для сбора информации о COVID-19. Как и ожидалось, в соответствии с теорией медиазависимости, результаты исследований показывают, что люди требуют информации по мере увеличения неопределенности, но, когда доверие к их основному источнику информации подвергается сомнению, они склонны обращаться к различным каналам коммуникации, чтобы решить эту проблему.

Рекомендации

Исследование показало, что массовый поток информации и разных мнений о пандемии в социальных сетях сеет панику и страх среди пользователей. Люди также не могут различить, какая информация в социальных сетях является правдой, какая – ложной, а какая – дезинформацией, что вызывает еще большую панику и слухи о пандемии COVID-19. С началом пандемии зависимость людей от интернета, а именно от социальных сетей, значительно возросла. Как показывает опрос, большинство людей предпочитают получать информацию из социальных сетей, и это играет решающую роль при воздействии на общественность во время кризиса COVID-19.

Согласно опросу, по большей части дезинформацию распространяют по WhatsApp и Instagram, в то же время люди сами склонны пересылать сообщения, полученные из WhatsApp и Instagram. Исследование предполагает, что для выявления дезинформации или ложных новостей о COVID-19 информацию нужно проверять. Люди должны предпринимать попытки проверять факты, чтобы убедиться в подлинности той или иной новости. Всегда благоразумно проверять информацию, прежде чем ее пересылать другим людям. Один из способов выявления информации новостей состоит в том, чтобы воздержаться от использования источника сообщения, который не дает точного и надежного источника информации.

Казахстанским исследователям медиа в будущем рекомендуется проводить более глубокие исследования в области социальных сетей в период пандемий и кризисов. Поскольку большинство респондентов получают информацию о COVID-19 из социальных сетей, таких как WhatsApp и Instagram, медицинские организации, находящиеся под государственным регулированием, несут особую ответственность за предоставление людям достоверной и ясной информации через данные социальные медиа. Точная и хорошо развитая коммуникация в области здравоохранения может помочь обществу справиться с неопределенностью и боязнью действительности, способствовать необходимым изменениям в поведении людей, и в конце концов, узнать об их опасениях и страхах и укрепить надежду перед лицом кризиса.

Список использованной литературы

1. Abdenour, J. (2017). Digital gumshoes: Investigative journalists' use of social media in television news reporting. *Digital Journalism*, 5(4), 472–492.
2. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
3. Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*, 1–7.
4. Allport, G. W., & Postman, L. (1947). *The psychology of rumor*. New York: Holt.
5. Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2018). Social media networks, fake news, and polarization (No. w24462). National Bureau of Economic Research.
6. Ball-Rokeach, S. J. (1985). The origins of individual media-system dependency: A sociological framework. *Communication Research*, 12(4), 485–510.
7. Ball-Rokeach, S. J. (1973). From pervasive ambiguity to a definition of the situation. *Sociometry*, 378–389.
8. Berghel, H. (2017). Lies, damn lies, and fake news. *Computer*, 50(2), 80–85.
9. Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*.
10. Charles-Smith, L. E., Reynolds, T. L., Cameron, M. A., Conway, M., Lau, E. H., Olsen, J. M., ... & Corley, C. D. (2015). Using social media for actionable disease surveillance and outbreak management: a systematic literature review. *PloS one*, 10(10), e0139701.
11. Christiansen, B., & Piekarz, A. (Eds.). (2018). *Global Cyber Security Labor Shortage and International Business Risk*. IGI Global.
12. Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., ... & Scala, A. (2020). The covid-19 social media infodemic. *arXiv preprint arXiv:2003.05004*.
13. Daniel Ong'ong'a, O., & Demuyakor, J. (2020). Coronavirus (COVID-19) «infodemic» in the Social Media: A Survey of Kenya International Students in China. *New Media and Mass Communication*, 90 (3), 23–34.
14. Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ... & Quattrocioni, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554–559.
15. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27 (3)
16. Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., ... & Bold, E. (2020). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, 1–30.
17. Frenkel, S., Alba, D., & Zhong, R. (2020). Surge of virus misinformation stumps Facebook and Twitter. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/03/08/technology/coronavirus-misinformation-social-media.html>. Date of access: October 15, 2020.
18. Gearhart, S., & Kang, S. (2014). Social media in television news: The effects of Twitter and Facebook comments on journalism. *Electronic News*, 8(4), 243–259.
19. Gentzkow, M., & Yu, N. C. (2018). Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media. <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fake-news-trends.pdf>

20. Gunter, Barrie. (2000). *Media research methods: Measuring audiences, reactions and impact*. London: Sage
21. Jin, F., Wang, W., Zhao, L., Dougherty, E., Cao, Y., Lu, C., et al. (2014). Misinformation propagation in the age of twitter. *Computer*, (12), 90–94.
22. Kemp S (2020). Digital 2020: Kazakhstan. www.datareportal.com. Date of access: 16.10.2020
23. Kerimray, A., Baimatova, N., Ibragimova, O. P., Bukenov, B., Kenessov, B., Plotitsyn, P., & Karaca, F. (2020). Assessing air quality changes in large cities during COVID-19 lockdowns: The impacts of traffic-free urban conditions in Almaty, Kazakhstan. *Science of the Total Environment*, 730:139179.
24. Lewandowsky, S., Gignac, G. E., & Oberauer, K. (2013). The role of conspiracist ideation and worldviews in predicting rejection of science. *PLoS one*, 8(10), e75637.
25. Li, Y., Zhang, X., & Wang, S. (2017). Fake vs. real health information in social media in China. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 54(1), 742–743.
26. Loges, W. E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research*, 21(1), 5–23.
27. Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293–335.
28. Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Zwarun, L. (2003). College student Web use, perceptions of information credibility, and verification behavior. *Computers & Education*, 41(3), 271–290.
29. O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). *The misinformation age: How false beliefs spread*. Yale University Press.
30. Oyeyemi, S. O., Gabarron, E., & Wynn, R. (2014). Ebola, Twitter, and misinformation: a dangerous combination? *Bmj*, 349, g6178.
31. Pathak, R., Poudel, D. R., Karmacharya, P., Pathak, A., Aryal, M. R., Mahmood, M., & Donato, A. A. (2015). YouTube as a source of information on Ebola virus disease. *North American journal of medical sciences*, 7(7), 306.
32. PubMed Search. covid-19 - Search Results [Internet]. PubMed. Available at: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/?term=covid-19>>. Accessed: October 15, 2020.
33. Rubin, V. L., Conroy, N., Chen, Y., & Cornwell, S. (2016, June). Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news. In *Proceedings of the second workshop on computational approaches to deception detection* (pp. 7–17).
34. Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 116(16), 7662–7669. doi:10.1073/pnas.1805871115 [doi]
35. Schmidt, A. L., Zollo, F., Scala, A., Betsch, C., & Quattrocioni, W. (2018). Polarization of the vaccination debate on Facebook. *Vaccine*, 36(25), 3606–3612.
36. Seltzer, E. K., Horst-Martz, E., Lu, M., & Merchant, R. M. (2017). Public sentiment and discourse about Zika virus on Instagram. *Public Health*, 150, 170–175.
37. Shao, C., Hui, P., Wang, L., Jiang, X., Flammini, A., Menczer, F., et al. (2018). Anatomy of an online misinformation network. *PLoS One*, 13(4), e0196087.
38. Sharma, M., Yadav, K., Yadav, N., & Ferdinand, K. C. (2017). Zika virus pandemic – analysis of Facebook as a social media health information platform. *American journal of infection control*, 45(3), 301–302.
39. Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22–36.

40. Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, 34(3), 150–160.
41. Tai, Z., & Sun, T. (2007). Media dependencies in a changing media environment: The case of the 2003 SARS epidemic in China. *New Media & Society*, 9(6), 987–1009.
42. Thurman, N. (2008). Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. *New media & society*, 10(1), 139–157.
43. Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Social Science & Medicine*, 240, 112552.
44. Wood, M. J. (2018). Propagating and debunking conspiracy theories on Twitter during the 2015–2016 Zika virus outbreak. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 21(8), 485–490.
45. Wone A (2020). Verified: UN launches new global initiative to combat misinformation. www.un.org. Date of access:17.10.2020
46. Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676.

ТЕОРИИ ЗАГОВОРА И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ В КАЗАХСТАНСКИХ TELEGRAM-КАНАЛАХ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Алла Кислова

Введение

Начиная с идеи о том, что коронавирус был создан искусственно, до веры в то, что это является частью плана по введению специальных чипов через прививки, в период пандемии появилось множество теорий заговора. Фейковые новости распространяются стремительно, а в период пандемии они предлагают простые ответы на сложные вопросы и рационализируют страхи людей; но, к сожалению, приносят намного больше вреда, чем пользы. Предоставление достоверной актуальной информации как никогда важно в период кризисов и стрессов.

В век цифровых технологий существует множество платформ для распространения и обмена информацией. Одна из них – кроссплатформенный мессенджер Telegram. В нем есть возможность создать публичный канал и делиться с подписчиками любой информацией по желанию автора. Можно заметить, что в Казахстане мессенджер стал более востребованным в период пандемии и играл важную роль в некоторых процессах, связанных с ней. Например, в Telegram функционировали специальные каналы-боты для подачи заявок на получение социальной помощи от государства. Популярность платформы увеличилась, и потенциально он мог стать как площадкой, распространяющей множество фейковой информации и теорий, так и отличным инструментом для опровержения таких теорий, распространенных в других социальных сетях и мессенджерах.

Цель данной работы – выявить роль казахстанских Telegram-каналов в распространении теорий заговора и дезинформации в период пандемии COVID-19 в Казахстане.

Задачи:

- определить, какие новостные казахстанские Telegram-каналы наиболее популярны у аудитории в Казахстане;
- проанализировать, распространяли ли они какие-нибудь теории заговора и дезинформацию относительно COVID-19 в выбранный период.

Гипотеза: в Telegram больше новостных каналов, которые разоблачают, не поддерживают, либо игнорируют теории заговора о COVID-19.

Под теорией заговора понимается объяснение причин возникновения тех или иных событий заговором различных групп людей, имеющих определенные цели. Чаще всего такие теории содержат дезинформацию передаваемых для того, чтобы подвести читателя к ложным выводам о причинах и целях определенных событий, настаивая на истинности этой информации, отрицая другие объяснения, которые могут быть более вероятными.

Фейковой или ложной информацией называют те новости, истории или мистификации, которые созданы для намеренного обмана читателей.

Временные рамки исследования ограничены датой объявления ВОЗ пандемии в мире 11 марта 2020 года и датой написания этой статьи 31 августа 2020 года. Методология включает в себя выбор Telegram-каналов по количеству подписчиков от 50 тысяч человек и суммарным охватом от 50 млн за 2020 год согласно официальному сайту статистики Telegram.

Посты выбранных каналов проанализированы на предмет наличия дезинформации о вирусе, поддержке советов, не соответствующих рекомендациям ВОЗ, и поддержке теорий заговора.

Теоретические подходы к определению ложной информации

Теории заговора обычно связаны с событиями, имеющими важное социальное или политическое значение. Большинство теорий заговора не имеют доказательств, и зачастую их также невозможно опровергнуть (Douglas et al., 2017). Нет единого мнения о том, что считать фейковыми новостями. Термин используется по-разному в зависимости от платформы и намерения пользователей. Новости с дезинформацией могут распространяться непреднамеренно либо с конкретной целью – обмануть или ввести в заблуждение читателей (Al-Rawi, 2018). Обычно подобная информация создается для того, чтобы повлиять на мнение людей, продвинуть политическую повестку или вызвать путаницу. Фейковые новости нередко могут быть прибыльными для онлайн-издателей.

Люди зачастую не являются рациональными потребителями информации. Они ищут быстрые, обнадеживающие ответы, особенно в стрессовой ситуации, что способствует молниеносному распространению дезинформации благодаря моментальному доступу к социальным сетям (Маука, 2020). В онлайн-опросе Королевского колледжа Лондона, проведенном в конце мая 2020 года, приняли участие более 2000 человек. 30 % из них считали, что коронавирус был создан в лаборатории. Аналогичная доля полагала, что истинное число погибших от COVID-19 скрывается властями. Около 13 % заявили, что пандемия была частью глобальной программы по принуждению всех пройти вакцинацию, а 8 % полагали, что существует связь между симптомами и излучением от телефонных вышек 5G. Исследователи утверждают, что люди, которые получают новости из социальных сетей, с большей вероятностью поверят в такие теории и с большей вероятностью нарушают правила самоизоляции (Cellan-Jones, 2020).

В целом альтернативные информационные источники, такие как социальные сети, породили больше историй, подтверждающих теории заговора, чем классические источники, такие как официальные СМИ. Однако подобные истории, поступающие из классических источников,

достигали значительно большего числа пользователей. Если количественно оценить динамику распространения теорий заговора в экосистеме социальных сетей, можно обнаружить, что истории, подкрепляющие теории заговора, имеют более высокую вирусность, чем нейтральные или разоблачающие истории. Модерация контента на информационных платформах оказывает существенное сдерживающее влияние на распространение теорий заговора. Тем не менее, большое количество теорий заговора остались немодерированными, а модерация предвзята в отношении историй, поступающих из альтернативных источников. В целом все источники так или иначе способствовали распространению историй, подкрепляющих теории заговора (Papaqiakoroulos et al., 2020). В случае с Telegram модерация практически отсутствует: пользователь может пожаловаться на контент, однако отдельных категорий «дезинформация» или «фейковые новости» в списке причин для жалоб нет.

Феномен фейковых новостей, распространяемых в социальных сетях, обрел невиданную популярность в период COVID-19. Подобные новости могут быть порождены страхами и касаются особенно уязвимых сфер общественной жизни. Одной из самых популярных тем во время пандемии был сам вирус, его происхождение и распространение. Больше половины конспирологических теорий касаются, вероятно, именно этих вопросов. Другие тематики, в которых легко представить распространение конспирологических теорий в Казахстане включают экономическую стабильность, коррупцию и угрозу семейным ценностям. Медицина всегда была сферой повышенного интереса для создания и распространения фейков – так же, как и история. Но в период COVID-19 именно медицинские фейки стали опасны как никогда. Доступные, нетрадиционные способы лечения от коронавируса особенно заинтересовали напуганных читателей Telegram-каналов. А теории про искусственное происхождение вируса или «распыление его с самолетов», скорее всего, привлекли заступников различных теорий заговора, популярных еще до появления вируса.

Telegram в Казахстане и COVID-19







Telegram-аудитория в Казахстане в 2019 году по количеству скачиваний приложения составляла 4,66 млн человек, а активной аудиторией называют 2,33 млн человек (Telegra.ph, 2019). Зарегистрированный в 2020 году Telegram-канал CORONAVIRUS2020.KZ стал самым читаемым новостным каналом в Telegram в Казахстане. Его суммарный охват аудитории составлял почти 500 млн, а количество подписчиков превысило 400 тысяч человек (Kaz.tgstat.com, 2020). Однако, по меркам Telegram это не такие уж большие цифры. К примеру, самый популярный канал Узбекистана имеет суммарный охват аудитории в 6,629 млрд (Uz.tgstat.com, 2020). А у самого популярного канала Беларуси – 2 млн подписчиков (By.tgstat.com, 2020). Ни один казахстанский канал не входит в топ-100 каналов 2020 года по количеству подписчиков (в топе количество подписчиков составляет от 500 тысяч до 6 млн человек).

В Telegram были созданы официальные каналы электронного правительства на казахском и русском языках, а также запущены боты по получению государственной поддержки в период строгого карантина. В это же время наблюдалось повышение популярности платформы в стране,

предположительно из-за возможности получения социальной выплаты либо для поиска достоверной информации о пандемии.

В Telegram в основном ведутся публичные каналы с публикацией различной информации, в том числе новостных сообщений. Подобные каналы – одни из самых популярных в данном мессенджере в разрезе Казахстана. В топ-100 казахстанских пабликов входят новостные каналы с аудиторией от 1000 до 400 000 подписчиков. Для анализа из них были выделены шесть каналов по таким критериям: у канала есть минимум 50 тысяч подписчиков, а суммарный охват аудитории составляет минимум 50 млн (по положению на 31 августа 2020 года).

Таблица 1. Популярные новостные Telegram-каналы Казахстана

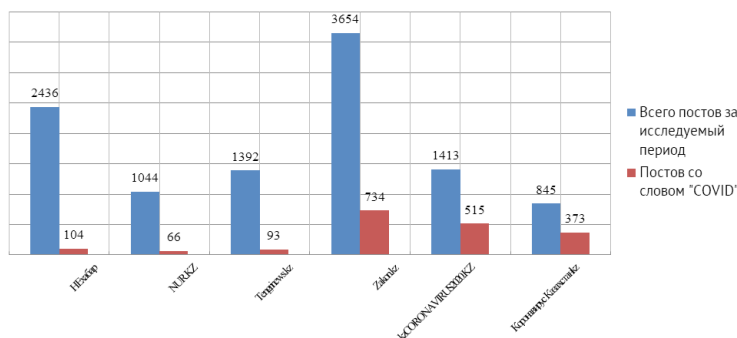
Название Telegram-канала	Дата создания	Количество подписчиков 31 марта 2020 г.	Количество подписчиков 30 августа 2020 г.	Суммарный охват за 2020 г.	В среднем постов в день
 CORONA VIRUS2020.KZ	28 марта 2020 г.	195 875	421 723	492 млн	9
 zakon.kz	9 мая 2017 г.	100 709	184 177	398 млн	21
 TENGRİ NEWS ӘСӘУӘЛІКІ АҚПАРАТ ЖӘНЕ ҚАҒАПАТ	1 ноября 2017 г.	95 820	114 725	120 млн	8
 He habar?!	20 сентября 2018 г.	48 480	58 454	108 млн	14
 NUR KZ	19 апреля 2018 г.	37 269	71 471	62 млн	6
 Коронавирус Казахстан COVID-19	16 марта 2020 г.	48 306	55 933	67 млн	5

Составлено автором на основании статистических данных (Kaz.tgstat.com, 2020)

Два канала из шести выбранных были созданы в 2020 году, и их основная тематика – коронавирус и новости о пандемии. Четыре канала ведут свою деятельность более двух лет, однако их охваты выросли в разы за период пандемии. Трое из них являются Telegram-каналами крупных СМИ, у которых есть свои сайты. Все выбранные новостные каналы освещали, в разном количестве, события, связанные с коронавирусом.

Далее представлен график, показывающий общее количество постов за исследуемый период и число постов, в которых содержалось слово «COVID».

График 1. Упоминание слова «COVID» в постах Telegram-каналов



Составлено автором на основании статистических данных (Kaz.tgstat.com, 2020b).

Количество постов, содержащих слово «COVID», варьируется от 4 % до 44 % от всех постов за этот период и распределяется следующим образом: «HEhabar» – 4,3 %; NUR.KZ – 6,3 %; Tengrinews.kz – 6,7 %; Zakon.kz – 20 %; KORONAVIRUS2020.KZ – 36 %; «Коронавирус Казахстан» – 44 %.

Минимум по одному упоминанию слова «фейк» было за период пандемии в каждом из выбранных каналов. Каждый месяц пандемии появлялись и были развенчаны конспирологические теории или фейковые новости разной тематики. Множество теорий заговора появилось уже в первый месяц объявления пандемии. В целях исследования были выделены наиболее распространенные темы фейковых новостей или дезинформации, которая опровергалась выбранными каналами, либо (в некоторых случаях) распространялась. Далее данная информация сгруппирована и представлена по месяцам.

В марте каналы KORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «HEhabar», NUR.KZ, «Коронавирус Казахстан» (Telegram, 2020) разоблачали фейковую информацию о том, что для доставки наборов продуктов необходимо звонить в колл-центр по номеру 109; что водителей штрафуют за езду по городу во время карантина; что в Китае была смерть от хантавируса; о том, что болашаковцы (обладатели Международной стипендии «Болашак») написали письмо о желании эвакуироваться из Великобритании и им отказали; что пандемия была предсказана в мультсериале «Симпсоны»; также о том, что рассылаются адреса с очагами заражения в Алматы; что в Нур-Султане сотрудники суда заразились коронавирусом, и в Нур-Султане будут распылять лекарство для дезинфекции с вертолетов; что в школах будут рейды, и если детей обнаружат на дополнительных кружках, то школы накажут; что передача вируса происходит только в жарком климате; что горячая ванна поможет против коронавируса; и что чеснок защищает от коронавируса (Сеит & Банников, 2020).

Канал «Коронавирус Казахстан» предоставлял информацию о лекарстве «Фавипиравир», якобы помогающем в лечении от вируса, однако она была недостаточно точной, со ссылкой на другой второстепенный источник вместо первоисточника, и могла быть истолкована читателями неправильно (Сабитов, 2020). Этот же канал писал о том, что, благодаря самоизоляции, в Венецию вернулись лебеди и дельфины; данная

информация также оказалась фейковой, а обсуждаемое видео было сделано не в Венеции (Voxukraine.org, 2020). В марте – первом месяце официальной пандемии – также появилось множество фейков. Их можно разделить на глобальные и локальные, но все они были связаны либо с вирусом, либо с карантинном.

В апреле CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «НExабар», «Коронавирус Казахстан» (Telegram, 2020) разоблачали фейковую информацию о том, что средства для выплаты гражданам пособия в размере 42 500 тенге берутся из пенсионных средств; что больницу в Атырау закрыли на карантин; что женщина стала источником заражения 200 человек; что 27 медиков в Алматы заразились коронавирусом; что закрыли Баянаульский район и поселок Ленинский на карантин; что врачи упоминали умышленное заражение вирусом через вакцину которой «будут принудительно вакцинировать всех, и что вакцина будет с наночипом и мутагеном, от которого наступит медленная смерть через полгода, и все это часть программы по сокращению населения предположительно до 1 млрд человек»; о том, что в Telegram создана группа Kaspi банка, которая обещает деньги за привлечение людей; о том, что из зарплаты работников фонда «БІРГЕМІЗ» удерживают 1 % вместо взносов; и что сотрудник Magnum заразился коронавирусом. Апрель был месяцем выплат государственных пособий, и несколько теорий было связано именно с этим процессом, а также подогревался страх перед вакцинами и искусственным происхождением вируса. Также можно отметить, что фейки были локального и глобального характера.

В мае CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, «НExабар», «Коронавирус Казахстан» (Telegram, 2020) разоблачали фейковую информацию о том, что главный санврач дал разрешение на выступление группы «Ласковый май»; о том, что людей чипируют; что карантин продлят дольше положенного срока; фейк об отставке со всех постов Н. Назарбаева; о том, что есть документ с планом ослабления карантина; об ущербе нанесенном в Мактааральском районе из-за подтопления. Объем разоблачения фейков в мае снизился, и они касались не только пандемии, но и других значимых тем.

В июне CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, «НExабар», NUR.KZ, (Telegram, 2020) разоблачали фейковую информацию о том, что усилят карантинные меры с 30 июня 2020 года, закроют города и ТРЦ; что при сдаче теста на коронавирус в Алматы можно заразиться от реагентов; что в Алматы в сторону Каскелена, Узынагаша, Шамалгана будут выставлены блокпосты; о том, что в Алматы кинотеатры будут работать с 15 июня, а в Нур-Султане не начнут еще долго; что аптеки будут продавать только по две-три пачки лекарств одному человеку; что Министр здравоохранения А. Цой хотел уволить врачей; и что Нур-Султан переименуют обратно в Астану. Все теории за июнь, за исключением переименования Астаны, касались пандемии, кризиса с лекарствами, блокпостов и сроков окончания карантина.

В июле CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, NUR.KZ, (Telegram, 2020) разоблачили фейковую информацию о том, что для приема заявок на выплату 42 500 тенге запустили сайт; о заражении коронавирусом масок, завезенных гуманитарной помощью из КНР; о том, что вакцина в Казахстане разрабатывается на материалах крови Н. Назарбаева; о том, что существуют документы, в которых предписаны нормы для штрафов за отсутствие масок; что пенсионный возраст снизится в Казахстане; о

том, что у Премьер-министра А. Мамина диагностирован коронавирус; что Билл Гейтс был причастен к странному облакам над селом Жайрем и о распылении там вредных веществ с самолетов, и что в некоторых регионах по ночам уже давно распыляют вещества, опасные для детей; о вредных методах лечения, набравшими популярность: ингаляционная паровая терапия, чесночное питье, дезинфекция водкой, надувание шаров для легких, хиджама, использование антибиотиков без назначения врача и в целом доверие к слухам в интернете и псевдоэкспертам (Мекишева, 2020).

После кризиса с лекарствами в июне фейковые способы лечения стали популярнее, и их пришлось разоблачать каждый по отдельности; несколько теорий было связано с масками, опасными веществами, вакциной. Были и социальные фейки о снижении пенсионного возраста, никак не связанные с пандемией. Фейки этого месяца в основном были локальными. Каналы *Zakon.kz* и «Коронавирус Казахстан» распространяли информацию о морских водорослях и выделенных из них веществах, помогающих от вируса. Она подается не совсем верно: водоросли сами по себе не помогут от вируса, и вещество, названное в постах, гепарин, скорее всего не блокирует инфекцию, как описано в постах, вводящих в заблуждение (Бочарова, 2020). «НExабар» рекламировали использование бактерицидных ламп с УФ-излучением, однако ВОЗ не рекомендует их использование. ВОЗ заявляет, что УФ-излучение способно вызывать повреждение глаз и привести к раздражению кожи (WHO.int, 2020).

В августе *CORONAVIRUS2020.KZ*, *Zakon.kz* (Telegram, 2020) разоблачали фейковую информацию о том, что в школьную программу внедрят учебники сексуального образования; что в стране подключат 5G-интернет, который опасен для детей, что нельзя пользоваться телефонами, телевизорами и Wi-Fi; что в городах была отравлена вода; что врачи-вирусологи были заселены в специальные гостиницы; о подготовке специального протокола лечения и массового приема в больницу детей. «НExабар» опять рекламировал бактерицидные лампы с УФ-излучением. Несколько фейков в этом месяце не касались пандемии, и всего два канала из шести разоблачали фейки, их объем снизился, особенно по сравнению с месяцем начала пандемии.

Из глобальных теорий в Казахстане были фейки о чипах, Билле Гейтсе, распылении вируса, избранном миллиарде и 5G – в целом, как и во всем мире, охваченном страхом от неизвестности. Казахстанские Telegram-каналы, по крайней мере, самые популярные из них, больше способствовали разоблачению фейков, чем их распространению. Официальные каналы электронного правительства не концентрировались на разоблачении фейков, в то время как каналы *QazaqstanDa* с аудиторией 137 тысяч подписчиков и охватом в 30 млн и «Мой Казахстан» с аудиторией 76 тысяч подписчиков и охватом в 19 млн разоблачали некоторые из тех же фейков, освещенных в выбранных каналах. Канал *Qumash* (47 тысяч подписчиков и 7 млн охват) заявил, что на самом деле заболевших в стране больше, чем в официальной статистике. Каналы с меньшей аудиторией и охватами, скорее всего, распространяли больше фейков – например, канал «Дикая Азия» (10 тысяч подписчиков, 10 млн охват) опубликовал информацию о вреде вакцинации с личной историей о ДЦП (однако это не касается пандемии напрямую), а в других постах призывал не верить фейкам и ссылался на ВОЗ (Telegram, 2020).

Что показывают фейковые новости?

В каждый из месяцев пандемии были созданы и развенчаны ряд конспирологических теорий и фейковых сообщений. Все выбранные каналы опровергали часть неверной информации или фейков: большинство из них касались коронавируса напрямую, часть была про выплаты от государства, распыление вредных веществ, особенно вредных для детей, чипирование и сети 5G. Несколько фейковых новостей в разные месяцы касались сроков окончания или начала карантина, появлялись фейковые новости о его снятии, ужесточении, блокпостах в городах. Информация о лекарственных средствах от вируса, представленная в каналах, неполная или не точная. Однако были разоблачены и опасные для здоровья фейковые способы лечения, описан их вред и читатели предупреждали о необходимости слушать врачей и официальные источники. Так как в исследуемый период ощущалась нехватка точных научных данных о природе и влиянии коронавируса на людей, совет слушать врачей – это самое адекватное, что могли посоветовать каналы.

По тематике самых популярных фейков и их разоблачениям можно отследить, какие проблемы волновали и пугали население больше всего в тот или иной месяц. Нельзя не заметить, как стремительно распространялись теории заговора о коронавирусе. Первые из них появились уже в марте, как только пандемия была объявлена официально. Вначале все сообщения касались только вируса, карантина и паники, позже такие теории охватили уже отвлеченные темы. Возможно и то, что тенденция распространения фейковых новостей о коронавирусе перешла и на другие волнующие людей сферы, поспособствовав, например, появлению сообщений об учебниках сексуального образования, о снижении пенсионного возраста и переименовании столицы.

Несомненно, самыми вредными можно назвать фейки о методах лечения (из-за потенциального вреда для здоровья) и о негативных эффектах, связанных с вакциной – последнее может нанести урон общественному здоровью и в будущем. Фейки о государственных выплатах были популярны несколько месяцев из-за социальных проблем, потери рабочих мест и режима строгого локдауна. Постоянные фейки о переносах дат карантина были естественным ходом событий при такой стрессовой ситуации: общественность надеялась, что он закончится как можно скорее. Теории заговора о происхождении вируса, его распыления с вертолетов или распространении посредством сети 5G дублируют идентичные фейки, распространяемые по всему миру.

Теории заговора чаще всего возникают на почве отсутствия достоверной информации. Прозрачную статистику и пометку фейковых, манипулятивных новостей в социальной сети можно назвать лучшим способом борьбы с потенциальным вредом от таких публикаций, а модерация в Telegram к этому не приспособлена. Несомненно, борьба с фейковой информацией должна быть приоритетом во все времена, не только в кризисный период. Если распространение фейков в социальных сетях превращается в обыденность, а популярные деятели распространяют непроверенную информацию, противоречащую научным данным, и это никак не влияет на их заработок (а, возможно, и увеличит его), то в моменты кризисов сдерживать фейки будет намного сложнее, так как пользователи привыкают потреблять непроверенные данные без ссылок на источники.

Заклучение

Теории заговора распространяются через разные источники, в том числе социальные сети и мессенджеры, такие как Telegram. Мессенджер Telegram стал более востребованным в период пандемии в Казахстане. По сравнению с 2019 годом, в 2020 году значительно выросла популярность казахстанских новостных Telegram-каналов. Всего таких каналов с аудиторией больше 10 тысяч – около 50. В данном исследовании популярны каналы, соответствующие параметрам от 50 тысяч подписчиков и охватом от 50 млн за 2020 год – CORONAVIRUS2020.KZ, Zakon.kz, Tengrinews.kz, «Нехабар», NUR.KZ, «Коронавирус Казахстан» – были проанализированы на предмет фейковых новостей.

Можно заключить, что каждый месяц пандемии характеризуется появлением и развенчиванием конспирологических теорий или фейковых новостей на определенные темы. Множество теорий заговора появилось уже в первый месяц объявления пандемии. Все выбранные каналы опровергали часть неверной информации или фейков, большинство из них касались коронавируса напрямую, часть была про выплаты от государства, распыление вредных веществ, чипирование и сети 5G.

Учитывая, что в исследуемый период ощущалась нехватка точных научных данных о коронавирусе, волна фейковых новостей охватившая информационное поле вполне объяснима, а самые популярные фейки касались сфер, сильнее всего волновавших людей. Если в начале пандемии все фейки были на тему вируса и карантина, то позже такие сообщения касались и социальных проблем. Возможно, тенденция распространения фейковых новостей о коронавирусе перешла и на другие волнующие людей сферы, поспособствовав появлению локальных фейков.

Существует тенденция увеличения фейковых новостей на фоне кризисов, однако грамотное регулирование информационного пространства способно снизить вред от этих новостей. Теории заговора чаще всего возникают на почве отсутствия достоверной информации. Но начинать борьбу с такого рода сообщениями необходимо до кризиса. Если люди привыкают к фейкам или же вовсе их не замечают, то в моменты кризисов сдерживать волну такой информации будет сложно.

Нельзя утверждать, что фейки имеют исключительно негативный эффект: они выявляют проблемные области в обществе, однако любая дезинформация влияет на принятие решений о здоровье и жизни человека. После данного кризиса, к примеру, пользователи интернет-платформ могут превратиться в антиваксеров, или поверить в то, что 5G-сеть способна навредить. Это может затормозить прогресс, навредить общественному здоровью или же привести к новым кризисам. Необходимо, чтобы информационные платформы брали на себя ответственность за достоверность каждого транслируемого ими сообщения, однако не наказанием за фейки, а модерацией. А также необходимо научить пользователей проверять информацию и предоставить им более прозрачную и понятно сформированную официальную статистику, которой они будут доверять больше чем громким заголовкам фейковых новостей.

Список использованной литературы

1. Al-Rawi, Ahmed (2018). «Gatekeeping Fake News Discourses on Mainstream Media Versus Social Media». *Social Science Computer Review*. 1-18.
2. By.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Беларусь». www.by.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
3. Cellan-Jones, Rory (2020). «Coronavirus: Social media users more likely to believe conspiracies». <https://www.bbc.com/news/technology-53083341> Дата последнего просмотра: 20.12.2020.
4. Douglas, Karen and Ang, Chee Siang and Deravi, Farzin (2017) «Reclaiming the truth», *The Psychologist*, 30: 36-42.
5. Kaz.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Казахстан». www.kaz.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
6. Майка, Роман (2020). «Conspiracy Theories, Fake News and Disinformation. Why There's So Much of It and What We Can Do About it». *Russian International Affairs Council*. https://russiancouncil.ru/en/analytics-and-comments/columns/culture-and-international-relations/conspiracy-theories-fake-news-and-disinformation-why-there-s-so-much-of-it-and-what-we-can-do-about/?sphrase_id=48207595 Дата последнего просмотра: 20.12.2020.
7. Papakyriakopoulos, Orestis, Serrano, Juan Carlos Medina & Hegelich, Simon (2020). «The spread of COVID-19 conspiracy theories on social media and the effect of content moderation» *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. 1-19.
8. Telegra.ph (2020). «Telegram Audience Overview». www.telegra.ph. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
9. Telegram (2020). www.telegram.org. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
10. Uz.tgstat.com (2020). «Telegram-каналы Узбекистан». www.uz.tgstat.com. Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
11. Voxukraine.org (2020). «Фейк: за период карантина в Венецию впервые вернулись дельфины и лебеди». <https://voxukraine.org/ru/fej-k-za-period-karantina-v-venetsiyu-vpervye-vernulis-delfiny-i-lebedi> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
12. WHO.int (2020). «Рекомендации ВОЗ для населения в связи с распространением нового коронавируса (2019-nCoV): мифы и ложные представления». <https://www.who.int/ru/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
13. Бочарова, Маргарита (2020). «Гепарин из морских водорослей способен блокировать COVID-19». <https://factcheck.kz/glavnoe/manipulyaciya-geparin-iz-morskix-vodoroslej-sposoben-blokirovat-covid-19/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
14. Мекишева, Айгерим (2020). «Все грехи Билла Гейтса: сатанинская вакцинация, чипирование и прочее». <https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/faktchek-vse-grexi-billa-gejtса-sataninskaya-vakcinaciya-chipirovanie-i-prochee/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
15. Сабитов, Олег (2020). «Гидроксихлорохин, «Фавилавир»: прочему против COVID-19 используют такие лекарства и насколько они эффективны». <https://hightech.fm/2020/04/23/covid-find-drugs> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.
16. Сеит, Аслан & Банников, Павел (2020). «Имбирь, лук, чеснок и прочие «лекарства» от коронавируса». <https://factcheck.kz/health/lozh-i-manipulyacii-imbir-luk-chesnok-i-prochie-lekarstva-ot-koronavirusa/> Дата последнего просмотра: 17.10.2020.

РОСТ СЛУЧАЕВ БЫТОВОГО НАСИЛИЯ ВО ВРЕМЯ COVID-19 И РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, ОСВЕЩАЮЩИХ ЭТУ ТЕМУ В КАЗАХСТАНЕ

Аида Даржанова

Введение

Организация Объединенных Наций (UN, 2020) определяет домашнее насилие, также известное как бытовое насилие или насилие со стороны интимного партнера, как форму власти в любых отношениях для контроля над интимным партнером. Контроль может принимать различные формы. Методы насилия могут быть физическими, сексуальными, эмоциональными, экономическими и психологическими, а также в виде совокупности угрожающих действий с целью воздействия на других лиц. Домашнее насилие включает в себя:

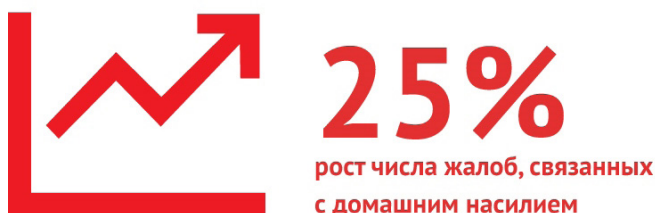
...любое поведение, которое пугает, угрожает, терроризирует, манипулирует, причиняет боль, унижает, обвиняет, ранит или травмирует кого-либо. С домашним насилием может столкнуться каждый человек вне зависимости от расы, возраста, сексуальной ориентации, религии или гендерных различий. Это может происходить в различных отношениях, включая пары, которые состоят в браке, живут вместе или встречаются. Бытовое насилие затрагивает людей всех социально-экономических слоев и уровней образования (UN, 2020).

Жертвами домашнего насилия могут стать представители всех групп населения, однако, согласно статистике, большинство жертв – это женщины (McFeely et al., 2013; Robinson, 2006; Smith, 2012). По данным Томпсона и др. (Thompson et al., 2006), от 25 % до 54 % женщин сообщают, что испытывают различные виды домашнего насилия на протяжении всей жизни. Причем каждая третья женщина во всем мире подвергалась физическому или сексуальному насилию – в основном по инициативе интимного партнера (UN Women, 2020). Согласно официальной статистике Генеральной прокуратуры Республики Казахстан, в 2019 году в стране в результате семейного насилия погибло 400 женщин (Satubaldina, 2020).

Существуют различные данные, указывающие на факторы, из-за которых жертвы домашнего насилия долгое время не обращаются за помощью и не сообщают о злоупотреблениях. Это социально-демографические (Barrett & Pierre, 2011), психологические (Petersen et al., 2005) факторы и такие как отсутствие финансовой независимости (Feder et al., 2006), уровень готовности женщин, подвергшихся насилию, к переменам (Alexander et al., 2009) и культурные проблемы (Nagae & Dancy, 2010), а также отсутствие знаний и осведомленности о том, что

представляет собой домашнее насилие и насилие со стороны интимного партнера (Chang et al., 2006).

С тех пор как было объявлено о локдауне COVID-19, во всем мире участились случаи насилия в отношении женщин (UN Women, 2020). Согласно статистике, опубликованной Министерством внутренних дел Казахстана в начале августа 2020 года, с момента введения общенационального карантина в марте 2020 года число жалоб, связанных с домашним насилием, увеличилось на 25 % (Central Communications/Центральные коммуникации, 2020).



На протяжении этой глобальной пандемии и общенационального карантина пострадавшим не хватало каналов связи. Однако социальные медиа сыграли ключевую роль и стали неотъемлемым средством коммуникации для жертв домашнего насилия. В последнее десятилетие социальные медиа были провозглашены «инструментом свободы» для бесправных голосов и обособленных групп населения. Социальные медиа стали платформой для информирования о насущных проблемах, для выражения критических взглядов, для объединения в онлайн-сообщества, чтобы обеспечить соблюдение законов или добиваться изменений законодательной политики посредством увеличения численности таких групп и повышения осведомленности населения. Движение #MeToo – это один из самых запоминающихся феноменов социальных медиа, который дал женщинам по всему миру возможность высказаться и поделиться своими переживаниями касательно сексуального домогательства и жестокого обращения, включая насилие в семье, а также добиваться правовых действий против агрессоров (García, 2017). Кроме того, что социальные медиа используются для общения и привлечения внимания к глобальным проблемам, они рождают чувство общности и предоставляют жертвам платформу, где есть возможность поделиться своим опытом и обратиться за поддержкой.

Основными вопросами данного исследования являются следующие: каковы основные факторы, влияющие на рост семейного насилия во время пандемии COVID-19 в Казахстане, и какова роль социальных сетей в освещении случаев бытового насилия в Казахстане?

Цель исследования состоит в том, чтобы помочь понять факторы, стоящие за увеличением случаев домашнего насилия и содействовать исполнительным органам Казахстана в отношении плана действий и

стратегии на случай грядущих пандемий и масштабных чрезвычайных ситуаций, особенно неблагоприятных для потенциальных жертв домашнего насилия. Кроме того, цель также состоит в том, чтобы оценить роль социальных медиа, как инструмента массовой коммуникации, и их эффективность в информировании, пропаганде и распространении материалов о проблемах семейного насилия в Казахстане.

Это исследование состоит как из качественного, так и из количественного подхода исследования; углубленных развернутых интервью с пятью казахстанскими экспертами по бытовому насилию, которые в настоящее время работают в медиа; а также анализа вторичных информационных ресурсов, таких как научные статьи, официальная статистика и отчеты.

Теоретические и концептуальные основы

Теория власти

Страус (Straus, 1977a) утверждает, что, согласно теории власти, корни насилия лежат не только в культуре, но и еще глубже – в структуре семьи. Предполагается, что социальное принятие насилия и семейных конфликтов, связанных с гендерным неравенством, ведет к дальнейшему укоренению домашнего насилия.

Исследования показывают, что семьи, подверженные постоянному стрессу и конфликтам, чаще сообщали о более высоких показателях домашнего насилия (Cascardi & Vivian, 1995; Leonard & Senchak, 1996; Mihalic & Elliott, 2005). Таким образом, свидетели и те, кто подвергался физическому насилию в молодом возрасте, в итоге совершают насилие для разрешения конфликтов в семье и между интимными партнерами, поскольку указанные люди усвоили это поведение в детстве (Straus, 1977b).

Кроме того, повышенный риск домашнего насилия может быть вызван дисбалансом лидерства между партнерами и может усилить напряженность внутри семейной ячейки, как обычно заявляют теоретики власти (Sagrestano et al., 1999).

Теория социального научения

Теоретики социального научения утверждают, что насильственные способы разрешения семейных конфликтов часто перенимаются путем наблюдения за отношениями родителей и сверстников в детстве, как это указано в теории власти (Bandura, 1973; Mihalic & Elliott, 2005; Wareham et al., 2009). Кроме того, сторонники теории социального научения предполагают, что жертвы и преступники домашнего насилия, наблюдавшие или испытывавшие физическое насилие в детстве, в итоге допускают или терпят домашнее насилие (Jin et al., 2007; Lewis & Fremouw, 2001).

Согласно исследованиям, убедительно подтверждающим эту теорию, подвергнутые издевательствам или пережившие жестокое обращение в детстве могут быть связаны с потенциальным совершением домашнего насилия или виктимизацией во взрослом возрасте (Berzenski & Yates,

2010; Parks et al., 2011; Shake et al., 2000). Точно так же было высказано предположение, что, если насилие из подросткового возраста переходит во взрослую жизнь, оно оказывает влияние на отношения сверстников и молодых людей из-за контекста и последствий, связанных с насилием (Daigneault et al., 2009; Riggs et al., 2000).

Теория феминизма

Теория феминизма, ее часто называют моделью феминизма, исследует насильственные отношения и стремится определить первооснову, на которой они возникают, через изучение социокультурного контекста. Согласно Белл и Ногл (Bell & Naugle, 2008), сторонники этой теории говорят, что основными причинами возникновения насилия со стороны интимного партнера являются гендерное неравенство и сексизм, существующие в социумах патриархального строя. Патриархальные взгляды и правила, диктуемые обществом, которые поощряют доминирование мужчин и подчинение женщин, являются основной причиной, содействующей бытовому насилию; проблема насилия в первую очередь мужчин над женщинами уходит корнями в эту историческую данность (Abrar et al., 2000; Bell & Naugle, 2008; Yllö, 1988).

Для контроля и власти над женщинами и их семьями, как указывают сторонники теории феминизма, мужчины часто используют разные тактики, включая физическое насилие (Dobash & Dobash, 1978); и насильственное поведение, демонстрируемое женщинами по отношению к своим партнерам-мужчинам, должно быть оправдано как самозащита и акт мести или предупреждения насилия со стороны мужчин. Такое насилие в отношении женщин в более широком контексте патриархата и стратегию, связанную с действиями по борьбе с насилием, рекомендуется изучать с помощью методов качественных исследований, не связанных с патриархатом (McMahon & Pence, 1996).

Насилие в отношении женщин рассматривается с традиционной теоретической точки зрения феминизма как особый случай, который выделяется из всех форм насилия или преступности (Dobash & Dobash, 2004). Таким образом, решение проблемы, как ожидается, будет заключаться в воспитании мужчин посредством решения проблемы их доминирующего поведения и патриархальных убеждений по отношению к женщинам, конечной же целью должно быть изменение социальных патриархальных структур для обеспечения превенции, снижения и искоренения насилия в отношении женщин (Dutton, 2011).

Исследования, поддерживающие теорию феминизма, показывают, что случаи нападения на супругов были более распространены в семьях с доминирующим мужем, также разногласия в принятии патриархальных ценностей и убеждений были выше среди тех, где мужья придерживались традиционных «гендерно-ролевых» установок (Hunnicut, 2009; Leonard & Senchak, 1996; Yllö, 1983).

Критики теории феминизма утверждают, что значительно более высокая частота случаев, когда жертвами были женщины, была глубоко проанализирована на предмет факта отбора их базовой выборки. Согласно Даттону (Dutton, 2011), женщины для исследований были отобраны из выборки, которая представляет собой группы тех, кто искал помощи в

приютах, отделениях полиции, комитетах по чрезвычайным ситуациям или убежищах, а затем результаты исследования были экстраполированы на всех людей – широкою общественность (Dixon & Graham-Kevan, 2011), что может быть некорректным.

Теория влияния медиа

Освещение в медиа проблем, связанных со здоровьем и правовыми последствиями может повлиять на общественно-политическую реакцию, которая, вероятно, окажет давление на поведение человека через этот ответный отклик (Sotirovic, 2003; Yanovitzky & Bennett, 1999).

Оказывая последовательное воздействие на социальное восприятие, а также формируя представления о реальности, медиавлияние является часто неверно истолковываемым источником потенциальной информации (Bandura, 1986). Контекст насилия со стороны интимного партнера может повлиять как на обвинение, степень освещения, так и на ответственность за инцидент; эти характеристики, в свою очередь, могут влиять на поддержку финансирования, количество защищенных жилищ, юридических санкций для преступников, защиту жертв и так далее. Важно понять, как медиа могут освещать насилие со стороны интимного партнера и влиять на потенциальное воздействие такого насилия.

Воздействие через медиа освещение может привести к восприятию и оценке социальной реальности и социальных рисков. Медиация через использование множества социальных агентов также относится к медиаэффектам (например, семья, сверстники и система уголовного правосудия), влияющим на социальный контекст, в котором индивиды принимают решения (Yanovitzky & Bennett, 1999). Яновицкий и Беннетт приходят к выводу, что этот социальный контекст формальных и неформальных санкций оказывает существенное влияние на поведенческие решения. Например, то, что вождение в нетрезвом состоянии является социально приемлемым, негативно влияет на успех мер воздействия общественного здравоохранения, направленных на борьбу с этим поступком. Учитывая это, Яновицкий и Беннетт утверждают, что медиа «могут быть более эффективными в плане влияния на поведение через их воздействие на социальные институты», и предполагают, что коммуникационные кампании общественного здравоохранения направлены на социальные институты, а не на людей из группы риска (там же, 446).

Хайдер-Маркел и Джослин (Haider-Markel & Joslyn, 2001) считают, что высказывания посредством медийного изображения событий могут влиять на рассуждения публики и акцентирование определенных поведенческих или причинно-следственных связей. Поэтому характер освещений насилия в медиа со стороны интимного партнера особенно важен, поскольку он помогает сформировать восприятие риска и готовность поддержать инвестицию социальных ресурсов в предотвращение насилия и вмешательство органов.

Как показали Комбс и Словик (Combs & Slovic, 1979), предвзятое восприятие проблемы общественностью может непосредственно зависеть от предвзятости медиа репрезентаций этой проблемы. Поскольку новостные медиа одновременно предоставляют информацию о социальных проблемах и могут подразумевать различные причины или

последствия этих событий (Sotirovic, 2003), подача социальных явлений с помощью медиа оказывает большое влияние на общественное понимание большинства проблем.

Методология

Основным методом, используемым в исследовании, является подробное интервью, полученные с помощью выборки методом «снежного кома». Было проведено пять интервью с казахстанскими экспертами, медиа инфлюенсерами-блогерами, гражданскими активистами и журналистами, активно использующими социальные сети для освещения случаев домашнего насилия. Метод «снежного кома» представляет собой целенаправленную выборку, при которой интервьюируемые выбираются на основе предстоящих тем с учетом их связей (Heckathorn, 1997; Browne, 2005). Выбор и подготовка участников для данного конкретного исследования были обусловлены их знаниями по теме домашнего насилия и их способностью ответить на основные исследовательские вопросы:

- Каковы основные факторы, влияющие на рост насилия в семье во время пандемии COVID-19 в Казахстане?
- Какова роль социальных сетей в освещении случаев домашнего насилия в Казахстане?

Как уже упоминалось, основным методом сбора данных были подробные интервью; интервью были полуструктурированными, что позволило проводить дальнейшее исследование и расширять круг вопросов, которые всплывали во время интервью. Это дало возможность получить более насыщенные информацией данные и целостное понимание различных точек зрения интервьюируемых (Patton, 1987).

Интервью для этого исследования были найдены путем анализа социальных медиа (например: Facebook и Instagram). Популярность постов участников оценивалась по количеству репостов, лайков и комментариев; при оценке их уровня компетентности и актуальности их контента относительно конкретных ситуаций/кейсов в Казахстане, выражение своих взглядов, критики, рекомендаций и способность повысить осведомленность публики посредством своих публикаций. Например, Дина Смаилова (также известная в своих медиа-аккаунтах под псевдонимом Дина Тансари) была подругой автора этого исследования и регулярно упоминалась в различных заголовках СМИ, благодаря своей активной работе в Общественном фонде #НеМолчиKz. Согласие дали все участники, интервью проводилось через онлайн-платформы видеозвонков продолжительностью от 30 минут до 1 часа. Интервью были проведены автором данного исследования на русском и казахском языках. Ниже приведена более подробная информация о респондентах подробных интервью:

No.	Имя	Должность и место работы	Адрес социальных медиа
1	Дина Смаилова	Президент Общественного Фонда #НеМолчиKZ, количество подписчиков/ друзей: 877+ в Instagram и 11 045+ в Facebook.	Facebook: https://www.facebook.com/dina.tansari Instagram: https://www.instagram.com/dinatansari/?hl=en
2	Акмаржан Кушербаева (Kaliya)	Певица, инфлюенсер социальных медиа, представитель UNFPA в SRHR по проблемам женщин, девочек и молодежи в Казахстане, количество подписчиков/ друзей: 110 000+ в Instagram и 5000+ в Facebook.	Facebook: https://www.facebook.com/akmarzhan.kusherbayeva Instagram: https://www.instagram.com/kaliya_kz/
3	Ержан Мырзабаев	Психолог, инфлюенсер социальных медиа, количество подписчиков/ друзей: 25 200+ в Instagram и 5000+ в Facebook.	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=10001163169366 Instagram: https://www.instagram.com/yerzhan.myrzabayev/?hl=en
4	Алиса Масалева	Журналист русскоязычной газеты «Южный Казахстан», количество подписчиков/друзей: 700+ в Facebook	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100022999973104
5	Гульмира Абыкай	Телеведущая телеканала КТК, ведет репортажи на казахском языке, количество подписчиков/ друзей: 543 000+ в Instagram и 5000+ в Facebook	Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100003191968019 Instagram: https://www.instagram.com/gulmir_ktk/?hl=ru
Таблица 1. Список опрошенных экспертов			

Принимаются во внимание ограничения, связанные с проведением интервью. Отсутствие активных участников в социальных сетях и медийных персонажей, выступающих за осведомленность о домашнем насилии, особенно тех, кто выступает на казахском языке, может способствовать снижению глубины понимания предмета в казахстанском контексте. Во-вторых, небольшое число участников объясняется ограниченностью времени на проведение исследования.

Подробные интервью были не единственным методом этого исследования, для придания полноты картине также использовался

анализ отчетов и вторичных данных. Обзор существующих законов, политических материалов и программ позволил лучше понять действующее законодательство и нормативные акты, применяемые государственными органами. Доклады международных организаций раскрывали дополнительные перспективы и содержали статистические данные, которые не были доступны в других источниках.

Результаты и обсуждения

Ключевые выводы и темы были определены после анализа интервью, как показано в *таблице 2*. Модели и темы были сгруппированы в три основных раздела, которые были дополнительно проанализированы в разделе обсуждения настоящего доклада.

<i>Найденные закономерности</i>	<i>Объяснение</i>
<i>Процедуры применения правовых актов по отношению к агрессорам не отработаны.</i>	<i>Все опрошенные сошлись во мнении, что существующие в Казахстане процедуры рассмотрения дел о домашнем насилии слабы, они не поддерживают жертв насилия и не защищают их от агрессоров.</i>
<i>Гендерное неравенство</i>	<i>Права женщин, а также их положение в казахстанском обществе приводят к многочисленным проблемам, связанным с общей ситуацией в области политики и гражданских прав в Казахстане.</i>
<i>Социально-культурные нормы</i>	<i>Женщины в Казахстане испытывают сильное давление, чтобы соответствовать традиционной гендерной роли (т. е. ухаживать за другими или оставаться дома) из-за высокой распространенности традиционных и религиозных убеждений.</i>
<i>Экономический и финансовый фактор</i>	<i>Бедность и экономическая незащищенность жертв домашнего насилия, особенно в период изоляции COVID-19, приводят к высокому потреблению алкоголя агрессорами, что обычно становится триггером актов домашнего насилия.</i>
<i>Отсутствие информации о правах (включая сексуальные и репродуктивные права и образование)</i>	<i>Опрошенные согласились с тем, что население в целом недостаточно осведомлено об основных правах человека и о сексуальном здоровье (т. е. нехватка понимания о сексуальном и репродуктивном здоровье). Отсутствие адекватного и глубокого образования по указанным вопросам особенно остро ощущается в сельских районах. Те, кто живут на региональных территориях, не знают, что представляет собой домашнее насилие и какие процедуры применяются для сообщения о таких действиях.</i>

<i>Найденные закономерности</i>	<i>Объяснение</i>
<i>Социальные медиа как ведущий инструмент информирования по вопросам о домашнем насилии в казахстанских медиа.</i>	<i>Социальные медиаканалы, такие как Facebook и Instagram являются основным источником увеличения осведомленности общественности о домашнем насилии в Казахстане; они предоставляют информацию о том, как или куда обращаться за финансовой поддержкой, площадку, чтобы сообщать о злоупотреблениях, а также используются в качестве платформы для общественного обсуждения существующей проблемы и способов ее пропаганды/решения.</i>

Таблица 2. Закономерности, выявленные в результате углубленного интервью

В нашем исследовании, например, в следующих двух разделах этой статьи: «Процедуры применения правовых актов по отношению к агрессорам не отработаны» и «Гендерное неравенство и социально-культурные нормы», была обнаружена прямая взаимосвязь между теорией феминизма, теорией власти и теорией социального научения (которые ранее обсуждались в главе «Теоретические и концептуальные основы»). Кроме того, теория влияния СМИ, рассмотренная ранее, также применима к третьему разделу нашего исследования под названием «Социальные медиа как основной источник информации».

1. Процедуры применения правовых актов по отношению к агрессорам не отработаны

По мнению всех опрошенных, резкий рост случаев домашнего насилия во время пандемии COVID-19 является результатом плохого управления процессов рассмотрения дел о насилии на местах, которое не защищает жертв домашнего насилия от агрессоров.

Закон «О профилактике бытового насилия», действующий в Казахстане с 2009 года, определяет домашнее насилие как «умышленное противоправное действие (действие или бездействие)» (с. 1, п. 3), которое содержит физическую, психологическую, сексуальную или экономическую угрозу, затрагивающую «супругов и бывших супругов, лиц, проживающих или проживавших совместно, близких родственников, лиц, имеющих общего ребенка (детей)» (с. 1, п. 2).

Однако опрошенные подвергли критике вышеупомянутый закон и действия правительства по оказанию помощи пострадавшим и по сокращению домашнего насилия, поскольку они считают, что нынешняя политика, связанная с оказанием помощи жертвам, недостаточна и малоэффективна. Сложности начинаются с того момента, когда женщины сообщают о случаях домашнего насилия, продолжают в ходе расследования, а также на стадии оказания поддержки, необходимой для восстановления после травмы, и необходимой экономической помощи после пережитого насилия.

По мнению Президента Общественного фонда #НемолчиKz, гражданского активиста Дины Смаиловой, необходимо ужесточить наказание для местных агрессоров и усилить защиту жертв. Она

утверждает, что женщины с детьми стали заложниками своих обидчиков из-за неадекватных и бездарных законов. «Во многих случаях, когда в домашнем насилии сообщалось впервые, агрессора могли отвести в полицейский участок на три часа, чтобы задокументировать инцидент, а затем отпустить домой», – говорит Алиса Масалева, журналистка, автор статей на эту тему в региональной газете «Южный Казахстан». В настоящее время она участвует в проекте «Не проходите мимо», поддержанном MediaCamp USAID в Туркестанской области. Она также утверждает, что иногда, когда сообщается о случаях домашнего насилия, насильникам может быть вынесено «защитное предписание» ограничивающее тесный контакт с жертвой на 1 месяц, после чего более сурового наказания не следует.

Согласно анализу действующего законодательства, в Казахстане принимаются меры по оказанию помощи жертвам насилия в семье. Максимальное наказание, согласно закону, составляет 10 лет лишения свободы, также существует юридическое признание различных форм домашнего насилия, включая физическое, психическое, экономическое и финансовое притеснение. Кроме того, в качестве дополнительной гарантии безопасности защита также обеспечивается с помощью весьма специфических механизмов – выдачи запретительного приказа и 24-часового задержания насильника.

Краткосрочная защита осуществляется с помощью закона (закон «О профилактике бытового насилия», 2009 год), в соответствии с которым контакт между потерпевшим лицом и его обидчиком запрещен на срок до 30 дней, пострадавшие обеспечиваются жильем и другими поддерживающими услугами.

Однако, несмотря на законы и нормативные акты, опрошенные утверждают, что органы власти не придерживаются закона и не действуют в соответствии с законом. К сожалению для пострадавших, ни закон «О профилактике бытового насилия» (№ 214-IV, 2009 г.), ни Уголовный кодекс (№ 226-V, 2014 г.) не криминализируют насилие в семье.

Например, Гульмира Абикаева, журналист казахстанского телеканала КТК, которая набрала большое количество подписчиков в Instagram, освещая вопросы о домашнем насилии на казахском языке, подтвердила, что многие жертвы, с которыми она общалась, испытывали серьезное недоверие к существующим законодательным мерам и процедурам, связанным с рассмотрением дел о насилии. Она объясняет, что после сообщения о жестоком обращении многие насильники были доставлены в полицейский участок на время от 3 до 24 часов. Во многих случаях это приводит к дальнейшим трудностям для жертвы, поскольку насильник, после того как его отпускают правоохранительные органы, становится более агрессивным по отношению к жертве. Это утверждение было подтверждено Алисой, которая заявляет, что полиция часто не сагает в тюрьму и не регистрирует официально случаи домашнего насилия, поскольку может рассматривать это как «семейный вопрос» и не считает это уголовным преступлением. Дина упомянула, что, для того чтобы домашнее насилие считалось «официальным» и чтобы авторитетные лица могли начать расследование, жертвы должны задокументировать доказательства жестокого обращения, такие как синяки и больничные записи, давность которых превышает 30 дней. Это связано с суровым наказанием для агрессора и попыткой предотвращения ложных обвинений.

В июле 2017 года мера наказания за физическое насилие в отношении женщин была понижена с уголовной до административной (Закон Республики Казахстан № 84-VI, 2017). Однако 2 сентября 2019 года новый Президент Республики Казахстан Касым-Жомарт Токаев заверил, что Казахстан окончательно примет закон о борьбе с бытовым насилием (Akorda, 2019a). 2020 год начался с известия о том, что президент подписал поправки и дополнения к действующему закону, карающему насилие в отношении членов семьи письменным предупреждением (Akorda, 2019b). Официальное обоснование замены штрафов письменным предупреждением состоит в том, что штрафы налагались на «семейную ячейку», а это означало, что жертвы должны были платить штраф вместе со своими мужьями. Этот шаг еще раз подтверждает широко распространенное понимание домашнего насилия как «семейного дела», поскольку в Казахстане до сих пор считают, что этот вопрос должен решаться в стенах дома и не сообщаться в полицию. Социальная норма, общественное восприятие и непонимание домашнего насилия также отражают реакцию правительства и объясняют попытки сократить число зарегистрированных уголовных дел. С новым законом наказание за насилие в семье стало мягче, чем за нападение.

Обращение к властям во многих случаях не является выходом, по словам Ержана Мырзабаева, психолога и человека, известного в социальных медиа, освещающего вопросы домашнего насилия на своих страницах в социальных сетях; его аудитория, в основном, является казахоязычной. Мырзабаев отметил, что процесс подачи заявлений о домашнем насилии или различных формах домогательства (физических, сексуальных или психических) является болезненным для жертв из-за того, что большинство следователей полиции – мужчины. Он также упоминает, что жертвы испытывают высокий уровень недоверия из-за сомнений, выраженных следователями, что вызывает у жертв чувство стыда и вины (например, прокуроры и полицейские следователи часто обвиняют жертв в поведении, которое действует как «триггер» для насилия со стороны насильника).

Гульмира отметила, что региональные управления полиции часто привлекают в первую очередь женщин-специалистов по гендерным вопросам, несмотря на это, многие женщины в Казахстане до сих пор не знают, куда обратиться за помощью, из-за отсутствия оценки эффективности этих мер и официальных отчетов о жертвах домашнего насилия.

По данным Министерства внутренних дел, по состоянию на 2019 год по всему Казахстану действует 40 кризисных центров (Prime Minister of Republic of Kazakhstan/Премьер-министр Республики Казахстан, 2019). Правительство приняло изменения в закон о предупреждении насилия в семье, в результате чего с 2014 года в каждом регионе страны были открыты приюты для жертв. Однако во время исследовательских визитов Human Rights Watch в местные казахстанские кризисные центры были выявлено, что меры по обеспечению безопасности недостаточны, и заслушаны свидетельства о том, что сотрудники кризисных центров обвиняли потерпевших в «провоцировании» своих партнеров и призывали их примириться со своими обидчиками (HRW, 2019).

Дина и Алиса упомянули о продолжающихся в настоящее время обсуждениях в рабочей группе Парламента Казахстана по внесению изменений в законодательство о бытовом насилии (интервью были

проведены в сентябре 2020 года). Будем надеяться, что применение новых поправок поможет жертвам домашнего насилия и их окружению. Алиса также оптимистично отметила, что многие полицейские, с которыми она разговаривала, приветствовали предложение о новых правилах и рассматривали его в позитивном ключе; введение новых правил и процедур позволило бы им изолировать насильников в тюрьме и ограничить их контакты со своими жертвами. Изменение официальной политики и социальных норм, сокращение сроков исполнения решений позволили бы органам действовать жестче и быстрее в соответствии с законом, поскольку существующие процедуры обработки отчета о домашнем насилии являются ограничительными.

Однако Акмаржан Кушербаева, певица и Представитель UNFPA по вопросам сексуального и репродуктивного здоровья и прав женщин и молодежи в Казахстане, заявила, что эти новые поправки не устранят корни домашнего насилия, поскольку «заключение в тюрьму всех мужчин не решит проблему». Она считает, что существует необходимость в комплексном, целостном подходе к решению проблемы домашнего насилия путем просвещения как мужчин, так и женщин в области прав человека, кроме того, нужно изменить парадигму общества в сторону информированности о домашнем насилии в семьях, а также снижения степени стигматизации и пристыживания жертв.

Ержан отметил, что поправки в закон о семейно-бытовом насилии, возможно, не станут катализатором кардинальных изменений, поскольку «сдерживающим фактором» является реализация таких законов на местном, региональном уровнях. Он также отметил, что, помимо приютов (также известных как «Кризисные центры для жертв бытового насилия»), в стране должны быть также жилища для мужчин, которые могут являться насильниками. В большинстве случаев основными опекунами детей в Казахстане являются женщины, и поиск временного убежища не поможет решить этот вопрос. Однако создание жилищ для агрессоров могло бы устранить корень проблемы. Эксперт считает, что агрессор, который получает психологическую помощь (управление гневом, сеансы терапии), через 30 с лишним дней изоляции от жертвы мог бы сделать первый шаг в поиске помощи и изменении своего поведения и возвратиться в общество и свою семью менее агрессивным и вызывающим страх.

2. Гендерное неравенство и социально-культурные нормы

Все опрошенные согласились с тем, что женщины испытывают давление со стороны общества из-за традиционных патриархальных норм и стереотипов. Высокий уровень насилия в отношении женщин выступает препятствием на пути к гендерному равенству в Казахстане, что привело к резкому росту случаев домашнего насилия во время пандемии COVID-19.

В 1998 году Казахстан ратифицировал Конвенцию о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин (CEDAW) (UN Treaties Collection/Сборник договоров ООН, 1979). Ратификация (CEDAW) юридически обязывает страну соблюдать ее положения и представлять доклады по вопросам, связанным с дискриминацией женщин, не реже одного раза в четыре года.

Если говорить об общей статистике положения женщин в Казахстане, то, например, только 18,8 % от общего числа депутатов верхней палаты Парламента – Сената (который олицетворяет высшую законодательную власть в Казахстане) являются женщинами (Сенат Республики Казахстан, 2020), а 24,3 % кресел в Мажилисе, который является нижней палатой Парламента (Мажилис Республики Казахстан, 2020).

В 2016 году женщины в Казахстане зарабатывали в среднем на 31,4 % меньше мужчин (Министерство национальной экономики РК, 2017). Хотя формально женщины имеют равный доступ к процессу принятия решений, но их постоянно превосходят численностью в парламенте, который принимает законы, затрагивающие в первую очередь женщин, такие как аборт, сексуальные посягательства, насилие в семье, декретный отпуск. Как видно из приведенной выше статистики, Казахстану в контексте гендерного равенства есть над чем работать.

В декабре 2016 года в попытке остановить насилие в семье экс-президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев подписал указ № 384 «Об утверждении Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года». В надежде положить конец насилию в отношении женщин и детей этому указу уделялось большое внимание. Например, легкий доступ к услугам поддержки для лиц, пострадавших от преступлений такого рода, является наиболее фундаментальным принципом, который может быть применен к правосудию в отношении жертв. В случаях супружеского насилия, хотя показания и заявления жертв и близких родственников жертв могут сыграть важную роль в изменении решения суда, ни жена, ни родственники не могут свидетельствовать против своего супруга или членов семьи в суде. Еще одно препятствие заключается в том, что существует право на примирение, позволяющее закрыть дело, несмотря на регулярность, совокупный ущерб и рецидивы. Поэтому, даже при обилии улик против обвиняемого насильника, он имеет полное право примириться со своими жертвами несколько раз без последствий. Жертва также может выбрать примирение в любое время в течение периода обвинения.

Казахстанские женщины в отношении своих прав и положения в обществе сталкиваются с многочисленными вызовами, усугубляемыми общей политической и гражданской ситуацией в стране. Ержан отметил, что социальные нормы, объясняемые традициями и религией, часто создают давление на женщин, заставляя их выполнять традиционные обязанности и роли, в то время как мужчины этого не делают.

Гульмира упомянула, что во многих случаях жертвами домашнего насилия становятся женщины, рано вышедшие замуж; жертвы также могут испытывать насилие в своих собственных семьях, и ранний брак может быть средством спасения, хотя многие браки были результатом «похищения невесты».

Недостаточно образованные женщины (то есть без высшего или полного среднего образования), по словам Акмаржан, в основном проживают в сельской местности и подвергаются более высокому риску стать жертвами домашнего насилия. Она также отметила отсутствие должного образования по вопросам сексуального и репродуктивного здоровья среди казахстанского населения в целом и среди тех, кто живет в сельской местности в частности, из-за широко распространенного

понятия «ұят» в казахстанской культуре. «Ұят» удерживает молодых девушек и женщин от вопросов о сексе.

Гульмира отмечает, что женщины часто становятся жертвами супружеского изнасилования и рассматривают его как «супружеские обязанности». Многие из тех, кто живет в южных селах Туркестанской области, где много выходцев из Каракалпакстана, сообщают, что их регулярно насилизуют мужья. Жертвы также упоминают, что они не получали образования и не были осведомлены о контрацепции и концепции сексуального здоровья из-за культуры «ұят». Многие из них обращаются к местным общинам, таким как соседи, за убежищем от жестокого обращения.

Алиса говорит, что женщинам, ставшим жертвами домашнего насилия, некуда идти, кроме как жить под одной крышей с агрессорами, из-за обязанностей по уходу (за детьми и пожилыми родителями, например). Гульмира утверждает, что те, кто терпим/безразличен к насилию, не сообщая об этом и скорее возлагая вину на жертв или пристыживая их, являются теми же агрессорами. Немало женщин ищут защиты в местных сообществах.

Все опрошенные считают, что правительство должно содействовать положительным изменениям в этой сфере и снижению гендерного неравенства, предоставляя молодому поколению образование за счет государственных средств по таким вопросам, как сексуальные и репродуктивные права. Трое из пяти опрошенных также утверждают, что правительство должно оказывать помощь жертвам домашнего насилия и нести за это ответственность. Многие программы, наряду с инициативами в области массовых коммуникаций, должны быть введены в действие, чтобы внести изменения в социальную культуру Казахстана, поскольку никакие изменения не могут произойти без того, чтобы правительство сначала не изменило отношение нации (культуру «ұят») к этой проблеме. Опрошенные продолжают подчеркивать важность повышения осведомленности о средствах поддержки и услугах, которыми могут пользоваться жертвы домашнего насилия.

Все опрошенные согласились с тем, что из-за локдауна с COVID-19 экономическое состояние Казахстана ухудшилось, а финансовые раздражители стали спусковым механизмом для насилия. Большинство экономически нестабильных семей сразу же ощутили на себе последствия пандемии. Финансовая зависимость среди безработных женщин зависящих от своих супругов-мужчин возросла; потеря социальных связей из-за распоряжения оставаться дома означала, что жертвы были заперты с преступниками 24/7, что делало их уязвимыми для домашнего насилия и других оскорбительных действий. Гульмира также подчеркнула, что пагубный стресс экономической нестабильности привел к увеличению потребления алкоголя, тем самым повысив уровень домашнего насилия. Алиса упомянула, что во время изоляции преступник применил насилие к супруге в присутствии членов семьи, требуя удовлетворить его потребности в употреблении алкоголя дома, так как кафе закрыты.

3. Социальные сети как основной источник информации

Все участники согласились с тем, что социальные медиа играют решающую роль в деятельности по повышению осведомленности

о домашнем насилии и пропаганде социальной справедливости. Социальные сети также выступают в качестве платформы для общественного обсуждения существующей проблемы и путей ее решения, а также для доступа жертв к услугам поддержки.

Насилие в семье происходит прежде всего через изоляцию жертв, а социальные сети облегчают связь с внешним миром, которая, скорее всего, в других формах ощутимо отсутствует в жизни жертвы. Через социальные сети жертвы ищут информацию, ресурсы и поддержку, которые в иных условиях, без присутствия и распространенности цифрового мира, были невозможны.

Акмаржан отметила, что страницы в социальных сетях в ее случае являются важным образовательным инструментом для решения вопросов, связанных с репродуктивным и сексуальным здоровьем и правами женщин, а также для повышения осведомленности о случаях домашнего насилия и способах поощрения критического мышления ее подписчиков и целевой аудитории.

Ержан начал еженедельные информационные Instagram-LIVE-встречи со своими подписчиками, на которых он имел возможность ответить на вопросы своей аудитории во время пандемии COVID-19; он сообщает, что его опыт работы с Instagram-LIVE был интерактивным и легко доступным для массовой аудитории во время локдауна. Использование социальных медиа таким образом может иметь положительное влияние и повысить осведомленность населения в целом о проблеме домашнего насилия. Предоставляя профессионалам и экспертам платформу и аудиторию, социальные сети могут быть использованы в качестве инструмента массовой коммуникации для проведения информационно-просветительских кампаний.

Гульмира и Алиса подчеркнули важную роль социальных сетей в их профессиональной деятельности как журналистов. Например, жертвы находят Гульмиру через социальные сети, поскольку она является обладателем одного из очень редких по тематике, но при этом очень активных Instagram аккаунтов, который повышает осведомленность о проблемах домашнего насилия и активно предоставляет услуги поддержки и ресурсы жертвам, обращающимся за помощью. Она также сделала себе имя, освещая проблемы женщин и выступая в защиту жертв домашнего насилия в репортажах-расследованиях на телевидении. Гульмира отмечает, что казахстанская аудитория в основном активна в Instagram и Facebook, и во время пандемии число ее подписчиков увеличилось более чем на 300 000 (всего у нее 545 000 подписчиков), которые начали следить за ее публикациями на странице Instagram «gulmir_ktk», поскольку она стала более активной на своих страницах в социальных сетях и рассказывала о случаях домашнего насилия на казахском языке. Алиса упомянула, что социальные сети являются неотъемлемым информационным инструментом, поскольку они позволяют ей находить героев для своих журналистских расследований, а жертвам – обращаться к ней за помощью в частном порядке, делиться своими переживаниями, повышая осведомленность аудитории.

В таком качестве социальные сети могут быть использованы и в отношении служб поддержки, некоммерческих и благотворительных организаций, поскольку Дина посредством соцсетей не только

общается или делится информационными материалами, но и собирает пожертвования с помощью хэштега #NeMolchiKZ.

Предложения и выводы

Подводя итог, важно подчеркнуть, что это исследование расширяет рамки обсуждения домашнего насилия в Казахстане и повышает роль средств массовой информации в освещении этих вопросов.

Ключевые результаты исследования показывают, что резкое увеличение числа случаев домашнего насилия во время пандемии COVID-19 и национальной изоляции является следствием:

(1) плохого управления в отношении рассмотрения дел о насилии на местах, которое не защищает жертв домашнего насилия от агрессоров.

Несмотря на то, что существуют определенные законы о предупреждении домашнего насилия и борьбе с ним, опрошенные утверждают, что вышеупомянутые законы и процедуры не выполняются должным образом. Например, ни закон о насилии в семье (Закон «О профилактике бытового насилия», 2009 год), ни Уголовный кодекс (Уголовный кодекс Республики Казахстан, 2014 год) не квалифицируют насилие в семье как уголовное преступление.

Правительство должно разработать комплекс более всеобъемлющих и целостных подходов к просвещению как мужчин, так и женщин в области прав человека, тем самым изменив динамику общества в сторону повышения информированности о распространенности домашнего насилия в семьях, а также к снижению стигматизации и фактора позора лиц, переживших насилие, и повышению осведомленности о средствах поддержки и услугах, которыми могут пользоваться жертвы домашнего насилия.

Также рекомендуется предоставить приюты для мужчин, которые могут быть насильниками, где им окажут психологическую помощь (например, управление гневом, сеансы терапии) и помогут изменить поведение, чтобы они вернулись в общество и свои семьи менее агрессивными.

(2) Женщины испытывают высокое давление со стороны общества из-за традиционных патриархальных норм и стереотипов; высокий уровень насилия в отношении женщин является препятствием для гендерного равенства в Казахстане, что привело к резкому росту случаев домашнего насилия во время пандемии COVID-19.

По существу, информация, собранная из многочисленных опросов, приводит к одному и тому же отрезвляющему моменту: правительственная помощь жертвам, а также ответственность за бытовое насилие отсутствуют, что может довести ситуацию до критической точки. Опрошенные предполагают, что для изменения социальной культуры в Казахстане, особенно в отношении позиции нации «үят», необходимо разработать комплекс политических мер, программ, а также кампаний по массовым коммуникациям.

Рекомендуется, чтобы правительство содействовало позитивным

изменениям в направлении гендерного равенства посредством образования, в частности просвещения молодого поколения по таким вопросам, как сексуальные и репродуктивные права. Если активно проводить информационные кампании и обеспечивать осведомленность о гендерном неравенстве, традиционные социальные нормы, которые оказывают пагубное давление на женщин, заставляя подчиняться традиционным ролям, могут смягчиться, что позволит им обрести свободу (финансовую, экономическую, психологическую) от жестокого обращения со стороны супругов.

(3) Социальные сети играют решающую роль в повышении осведомленности о случаях домашнего насилия, выступают за утверждение справедливости, служат в качестве платформы для общественного обсуждения существующей проблемы и путей ее решения, а также для поиска финансовой поддержки неправительственных организаций.

Instagram вызвал наибольший интерес среди казахстанцев и стал самой популярной социальной медиаплатформой в стране; многие гражданские активисты и медийные деятели используют его в качестве платформы для повышения уровня знаний и создания образовательных программ о домашнем насилии и различных социальных проблемах.

Это исследование имело ряд ограничений. В частности, ограниченный объем исследования и небольшое количество участников. Количество интервьюируемых было всего пять, что связано с недостаточностью времени, предоставленным заказчиком исследования.

Однако эти недочеты предполагают, что в будущем необходимо расширить данное исследование, поскольку с увеличением временных возможностей и числа участников из различных слоев общества, уже с учетом полученного опыта, может быть проведен дальнейший анализ, чтобы показать целостное понимание проблемы бытового насилия в Казахстане.

Список использованной литературы

1. Abrar, S., Lovenduski, J., & Margetts, H. (2000). Feminist ideas and domestic violence policy change. *Political studies*, 48(2), 239-262. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00258>
2. Akorda. (2019a). President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019. Retrieved from: http://www.akorda.kz/en/addresses/addresses_of_president-of-kazakhstan-kassym-jomart-tokayevs-state-of-the-nation-address-september-2-2019
3. Akorda. (2019b). The Head of State signed the Law of the Republic of Kazakhstan «On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Improving Criminal, Criminal Procedure Laws and Strengthening the Protection of Individual Rights». Retrieved from: http://www.akorda.kz/ru/legal_acts/laws/glavoi-gosudarstva-podpisan-zakon-respubliki-kazahstan-o-vnesenii-izmenenii-i-dopolnenii-v-nekotorye-zakonodatelnye-akty-respubliki-kazahsta-239
4. Alexander, P. C., Tracy, A., Radek, M., & Koverola, C. (2009). Predicting stages of change in battered women. *Journal of Interpersonal Violence*, 24(10), 1652-1672. <https://doi.org/10.1177/0886260509331494>
5. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
6. Barrett, B. J. & Pierre, M. S. (2011). Variations in women's help seeking in response to intimate partner violence: Findings from a Canadian population-based study. *Violence Against Women*, 17(1), 47-70. <https://doi.org/10.1177/1077801210394273>
7. Bell, K. M. & Naugle, A. E. (2008). Intimate partner violence theoretical considerations: Moving towards a contextual framework. *Clinical Psychology Review*, 28(7), 1096-1107. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2008.03.003>
8. Berzenski, S. R. & Yates, T. M. (2010). A developmental process analysis of the contribution of childhood emotional abuse to relationship violence. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 19(2), 180-203. <https://doi.org/10.1080/10926770903539474>
9. Browne, K., 2005, Snowball sampling: Using social networks to research non-heterosexual women. *International Journal of Social Research Methodology*, 8, 847-860.
10. Burelomova, A.S., Gulina, M.A. & Tikhomandritskaya, A. O. (2018). Intimate Partner Violence: An Overview of the Existing Theories, Conceptual Frameworks, and Definitions. *Psychology in Russia: State of Art*, 11(3), 128-144. <https://doi.org/10.11621/pir.2018.0309>
11. Cascardi, M. & Vivian, D. (1995). Context for specific episodes of marital violence: Gender and severity of violence differences. *Journal of Family Violence*, 10(3), 265-293. <https://doi.org/10.1007/BF02110993>
12. Central Communications. (2020, August 6th). On the current state of the fight against domestic violence. Youtube. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=cc7rRIfuNPA&feature=youtu.be>
13. Criminal Code of the Republic of Kazakhstan No. 226-V. (2014). (as amended and supplemented as of 06.10.2020). Retrieved from: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=31575252
14. Combs, B., & Slovic, P. (1979). Newspaper coverage of causes of death. *Journalism Quarterly*, 56, 837-843.
15. Daigneault, I., Hébert, M., & McDuff, P. (2009). Men's and women's childhood sexual abuse and victimization in adult partner relationships: A study of risk factors. *Child Abuse & Neglect*, 33(9), 638-647. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2009.04.003>

16. Dixon, L. & Graham-Kevan, N. (2011). Understanding the nature and etiology of intimate partner violence and implications for practice and policy. *Clinical Psychology Review*, 31(7), 1145-1155. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2011.07.001>
17. Dobash, R. P., & Dobash, R. E. (2004). Women's violence to men in intimate relationships working on a puzzle. *The British Journal of Criminology*, 324-349.
18. Dutton, D. G. (2011). *Rethinking domestic violence*: UBC Press.
19. Feder, G. S., Hutson, M., Ramsay, J., & Taket, A. R. (2006). Women exposed to intimate partner violence: expectations and experiences when they encounter health care professionals: a meta-analysis of qualitative studies. *Archives of Internal Medicine*, 166(1), 22-37. <https://doi.org/10.1001/archinte.166.1.22>
20. Jin, X., Eagle, M., & Yoshioka, M. (2007). Early exposure to violence in the family of origin and positive attitudes towards marital violence: Chinese immigrant male batterers vs. controls. *Journal of Family Violence*, 22(4), 211-222. <https://doi.org/10.1007/s10896-007-9073-3>
21. Haider-Markel, D. P., & Joslyn, M. R. (2001). Gun policy, opinion, tragedy, and blame attribution: The conditional influence of issue frames. *Journal of Politics*, 63, 520-543.
22. Heckathorn, D. D., 1997, Respondent-driven sampling: A new approach to the study of hidden populations. *Social Problems*, 44, 174-199.
23. Human Rights Watch. (2019). *Kazakhstan: Little Help for Domestic Violence Survivors*. Retrieved from: <https://www.hrw.org/news/2019/10/17/kazakhstan-little-help-domestic-violence-survivors>
24. Hunnicutt, G. (2009). Varieties of patriarchy and violence against women: Resurrecting "patriarchy" as a theoretical tool. *Violence against Women*. <https://doi.org/10.1177/1077801208331246>
25. Garcia, S. (2017). *The Woman Who Created #MeToo Long Before Hashtags*, N.Y. TIMES. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2017/10/20/us/me-too-movement-tarana-burke.html>.
26. Law of the Republic of Kazakhstan No. 214-IV. (2009). On the prevention of domestic violence. (with amendments and additions as of 07.07.2020). Chapter 1. General Provisions, Article 1. Basic concepts used in this Law, 3 paragraph. Retrieved from: https://online.zakon.kz/document?doc_id=30525680
27. Law of the Republic of Kazakhstan No. 84-VI. (2017). On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Improving the Law Enforcement System. Retrieved from: https://online.zakon.kz/document?doc_id=33354739#pos=1;-16
28. Leonard, K. E. & Senchak, M. (1996). Prospective prediction of husband marital aggression within newlywed couples. *Journal of Abnormal Psychology*, 105(3), 369. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.105.3.369>
29. Lewis, S. F. & Fremouw, W. (2001). Dating violence: A critical review of the literature. *Clinical Psychology Review*, 21(1), 105-127. [https://doi.org/10.1016/S0272-7358\(99\)00042-2](https://doi.org/10.1016/S0272-7358(99)00042-2)
30. Mazhilis of Republic of Kazakhstan. (2020). Retrieved from: <http://www.parlam.kz/ru/mazhilis/General/Deputats>
31. McFeely, C., Whiting, N., Lombard, N., & McGowan, M. (2013). *Domestic Abuse and Gender Inequality: An overview of the current debate*. Retrieved from: <https://www.era.lib.ed.ac.uk/handle/1842/8769>
32. Mihalic, S. W. & Elliott, D. (2005). A social learning theory model of marital violence. *Readings in Family Theory*, 98.
33. Ministry of National Economy of Kazakhstan. (2017). *Committee on Statistics. Women and Men of Kazakhstan 2012-2016*, Astana. Retrieved from: <https://stat.gov.kz/>

34. Nagae, M. & Dancy, B. L. (2010). Japanese women's perceptions of intimate partner violence. *Journal of Interpersonal Violence*, 25(4), 753-766. <https://doi.org/10.1177/0886260509334413>
35. Parks, S. E., Kim, K. H., Day, N. L., Garza, M. A., & Larkby, C. A. (2011). Lifetime self-reported victimization among low-income, urban women: The relationship between childhood maltreatment and adult violent victimization. *Journal of Interpersonal Violence*, 26(6), 1111-1128. <https://doi.org/10.1177/0886260510368158>
36. Petersen, R., Moracco, K. E., Goldstein, K. M., & Clark, K. A. (2005). Moving beyond disclosure: women's perspectives on barriers and motivators to seeking assistance for intimate partner violence. *Women & Health*, 40(3), 63-76. https://doi.org/10.1300/J013v40n03_05
37. Prime Minister of Republic of Kazakhstan. (2019). Retrieved from: <http://www.primeminister.kz/ru/inquiries/10>
38. Prosecutor General's Office. (2019). The Prosecutor General's Office hosted a meeting of the National Commission on Domestic Violence. Retrieved from: <https://www.gov.kz/memleket/entities/prokuror/press/news/details/v-genprokurature-sostoyalos-zasedanie-nackomissii-po-voprosam-bytovogo-nasiliya?lang=ru>
39. Riggs, D. S., Caulfield, M. B., & Street, A. E. (2000). Risk for domestic violence: Factors associated with perpetration and victimization. *Journal of clinical psychology*, 56(10), 1289-1316. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(200010\)56:10<1289::AID-JCLP4>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/1097-4679(200010)56:10<1289::AID-JCLP4>3.0.CO;2-Z)
40. Robinson, A. L. (2006). The Dyn Project: Supporting men experiencing domestic abuse. Final Evaluation Report.
41. Sagrestano, L. M., Heavey, C. L., & Christensen, A. (1999). Perceived power and physical violence in marital conflict. *Journal of Social Issues*, 55(1), 65-79. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00105>
42. Satubaldina, A. (2020). Domestic Violence Doubles, Sharp Spike Blamed on Extreme Quarantine Measures. Retrieved from: <https://astanatimes.com/2020/05/domestic-violence-doubles-sharp-spike-blamed-on-extreme-quarantine-measures/>
43. Senate of Republic of Kazakhstan. (2020). Retrieved from: <http://senate.parlam.kz/ru-RU/about/deputies>
44. Shook, N. J., Gerrity, D. A., Jurich, J., & Segrist, A. E. (2000). Courtship violence among college students: A comparison of verbally and physically abusive couples. *Journal of Family Violence*, 15(1), 1-22. <https://doi.org/10.1023/A:1007532718917>
45. Sotirovic, M. (2003). How individuals explain social problems: The influences of media use. *Journal of Communication*, 53, 122-137.
46. Smith, D. (2012). *A new response to youth crime*: Routledge.
47. Straus, M. A. (1977a). Sexual inequality, cultural norms and wife beating. *Sage Yearbooks in Women Policy Studies*, 2.
48. Straus, M. A. (1977b). Wife beating: How common and why? *Victimology*.
49. Thompson, R. S., Bonomi, A. E., Anderson, M., Reid, R. J., Dimer, J. A., Carrell, D., & Rivara, F. P. (2006). Intimate partner violence: Prevalence, types, and chronicity in adult women. *American Journal of Preventive Medicine*, 30(6), 447-457. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2006.01.016>
50. United Nations. (2020). What is Domestic Abuse? Retrieved from: <https://www.un.org/en/coronavirus/what-is-domestic-abuse>
51. United Nations Treaty Collection. (1979). Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women. Retrieved from: https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=IND&mtdsg_no=IV-8&chapter=4&lang=en
52. UN Women. (2020). «Facts and Figures: Ending violence against women». Retrieved from: <https://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/>

violenceagainstwomen/en/index.html#intimate-3

53. Yanovitzky, I., & Bennett, C. (1999). Media attention, institutional response, and health behavior change: The case of drunk driving, 1978-1996. *Communication Research*, 26, 429-453.
54. Yllö, K. (1983). Sexual equality and violence against wives in American states. *Journal of Comparative Family Studies*, 67-86.

РОЛЬ НОВОСТНЫХ ПОРТАЛОВ В ПОВЫШЕНИИ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О ГЕНДЕРНОМ НАСИЛИИ В СЕМЬЕ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ – КАЗАХСТАН, ГЕРМАНИЯ И РУМЫНИЯ

Диана Алпысбаева & Дина Джузбаева

Введение

В связи с продолжающейся пандемией казахстанские СМИ в отражении социальных проблем в Казахстане взяли на себя роль основных источников формирования общественного мнения. Время домашней изоляции в Казахстане показало, что случаи домашнего насилия в отношении женщин за этот период увеличились примерно на 25 % (Семейно-бытовое насилие: наказывать хотят не только агрессоров, но и госорганы, 2020). Масштабы домашнего насилия не ограничиваются только одной страной. Шестого апреля, в начале периода изоляции во всем мире, Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш выступил с призывом к действиям, признав, что ограничительные меры спровоцировали «ужасающий глобальный всплеск домашнего насилия» по отношению к женщинам («Глава ООН призывает к прекращению насилия в семье на фоне «ужасающего глобального всплеска»», 2020).

Таким образом, важность освещения казахстанскими СМИ столь удручающего явления неоспорима. В данной статье рассматривается вопрос о том, как службы новостей казахстанских СМИ освещают тему гендерного насилия во время пандемии. В частности, данная работа исследует качество представленных репортажей, используемые журналистские стандарты в Казахстане в сравнении с соответствующим зарубежным опытом (в Румынии и Германии) в период карантина.

Цель данной статьи – определить, как казахстанские новостные порталы освещают тему гендерного насилия во время пандемии в сравнении с немецкими и румынскими новостными порталами. Объектом анализа данной статьи стали новостные ленты трех стран (Казахстан, Германия, Румыния) стала из-за происхождения, академического образования и языковых компетенций ее авторов.

В ходе исследования используются термины «домашнее насилие (далее – ДН) и гендерное/насилие по отношению к женщинам» (ГН, НПОЖ), и они означают «физические, сексуальные, эмоциональные, экономические или психологические действия или угрозы действий, которые влияют на другого человека» (United Nations, 2020).

Продолжающаяся пандемия и эскалация домашнего насилия среди казахских женщин актуализирует проблематику исследования. Саму статью можно рассматривать как научную попытку повысить осведомленность не только казахстанских и зарубежных заинтересо-

ванных сторон, но и других исследователей, которые вовлечены в процесс взаимного влияния представителей центральноазиатской «четвертой власти» на распространение информации о гендерном насилии.

Освещение темы гендерного насилия в СМИ

Дороти Нелкин утверждает, что средства массовой информации даже более важны, чем опыт или образование (Nelkin, 1990). Освещение в СМИ является одним из важнейших средств общественного понимания науки и других сложных явлений (Ungar, 2000). Ввиду изоляции от внешнего мира во время карантина новостные порталы, социальные сети и другие медиа стали основным источником информации и взаимодействия человека с окружающим миром.

Исследователи новостей по всему миру утверждают, что СМИ способны формировать общественное мнение по определенной теме, используя различные инструменты, например представление темы под определенным углом, контроль за повесткой дня, степень охвата темы и выбор средства распространения информации (Vreese & Boomgaarden, 2003). Таким образом, специально разработанные новостные сообщения могут влиять на аудиторию, мотивируя ее к обсуждениям на тему гендерного насилия (Monahan & Meyers, 1999; Perse, 1990). И. Яновицкий утверждает, что освещение темы гендерного насилия в СМИ напрямую влияет на государственную политику, а уровень освещения конкретной темы устанавливает взаимосвязь с выбранными стратегиями политики (Yanovitzky, 2002). Однако это влияет не только на мировоззрение законодателей и политиков, но и на общественное мнение (Palazzolo, Kelly & Anthony, 2011). В Европе этим вопросом занимаются уже много лет, опросы 2010 года показали, что 98 % европейцев воспринимают насилие в семье как важную социальную проблему, и повышение осведомленности населения средствами массовой информации, правительства или другими заинтересованными сторонами здесь играет ключевую роль (Special Eurobarometer 344: Domestic Violence against Women – European Union Open Data Portal, 2020).

По освещению темы гендерного насилия ученые выделяют два типа фреймов: эпизодические и тематические (Carlyle et al., 2014). Прием, при котором журналисты описывают случай домашнего насилия и сосредотачиваются на вопросе «что?», называется эпизодическим фреймом, обычно случаи гендерного насилия изображаются раздельно друг от друга, как отдельные кейсы преступления. Тематические фреймы, напротив, сосредотачиваются на вопросах «почему?» и «как?», в данном случае фрейм помогает читателю исследовать закономерности (Meyer & Post, 2013).

Многие новостные порталы используют эпизодические фреймы, способствующее стереотипному представлению о гендерном насилии, это явление делает новости пугающими и, следовательно, привлекающими внимание аудитории (Sotirovic, 2003). Другой ученый утверждает, что эпизодические фреймы влияют только на отдельных людей, в то время как тематические фреймы расширяют границы и вовлекают другие заинтересованные стороны, такие как правительство, активисты, НПО и т. д. (Lawrence, 2004).

Существует довольно ограниченное количество исследовательской

литературы, в которой анализируется освещение темы гендерного насилия в казахстанских СМИ, особенно во время пандемии COVID-19. Однако некоторые российские ученые утверждают, что тема гендерного насилия в России не фигурирует в СМИ как социальная проблема, потому что домашнее насилие происходит каждый день. Тему гендерного насилия нелегко осветить на новостных лентах, потому что это часть повседневной жизни жителей России (Ясавеев, 2020). В одном исследовательском проекте сообщается, что теме домашнего насилия посвящается 2–3 статьи в месяц. Однако они представлены в медиaprостранстве отдельно друг от друга, следовательно, обрабатываются эпизодически (Баязитова, 2020).

Новостная ценность является другим аспектом, который состоит из различных элементов, таких как предпочтения аудитории, высокий интерес/просмотры или комментарии. У подобных статей есть запоминающиеся слоганы и необычные визуальные элементы, и СМИ выбирают эти истории, основываясь на одном факторе – новостной ценности (Lee & Wong, 2019). Учитывая эти пробелы в медийном освещении темы гендерного насилия, СМИ должны использовать свои репортажи не для того, чтобы ухудшить общественное мнение о домашнем насилии, а для решения этой социальной проблемы.

Материалы и методы

Подборка данных и образцов

Настоящее исследование ориентировано на конкретный период времени: с 16 марта 2020 года по 30 октября 2020 года. Шестнадцатого марта 2020 года в Казахстане было объявлено чрезвычайное положение, а вся страна перешла в режим карантина (President Tokayev announces one-month state of emergency, 2020).

В рамках исследования тщательно изучаются две категории новостных порталов: государственные и частные. Причиной такой классификации стали выявленные отличительные или схожие признаки данных двух категорий. Среди казахстанских СМИ анализируются как казахоязычные, так и русскоязычные статьи.

Для того чтобы определить, на каких новостных порталах следует сосредоточиться, проведен мониторинг наиболее читаемых новостных порталов Казахстана, Германии и Румынии. Было проверено более 100 статей по каждой стране, в общей сложности было проверено около 300 статей. Авторами был проведен анализ наиболее читаемых новостных порталов в каждой стране, однако рассматривались и те, которые имели меньшую популярность. Некоторые специфические новостные порталы, такие как немецкий Deutsche Welle, который занимался освещением глобальных новостей, а не событий, происходящих в Германии, были исключены на первом этапе отбора новостных порталов. Стало очевидно, что СМИ Германии независимы, и, в связи с особой системой налогообложения, в стране не существует государственных вещательных порталов, по этой причине официальный сайт Федерального агентства информации и печати Германии был условно принят в качестве государственного (Überregionale Zeitungen in Deutschland, 2020). Румынский Agerpres не считается государственным новостным порталом, но бюджет выделяется из Национального информационного агентства.

По результатам мониторинга, были отобраны следующие новостные порталы в каждой категории:

Государственные новостные порталы в Казахстане: KazInform, 24kz, Казахстанская правда, Парламент: Мажилис); в Германии: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung; в Румынии: Agerpres.

Частные новостные порталы в Казахстане: Tengrinews, Informburo, Zakon.kz, Nur.kz; в Германии: Tagespiegel, Suddeutschezeitung, ZDF, Spiegel; в Румынии: Digi24, Mediafax, Stripesurse.

Из-за ограничения по времени из каждой категории государственных и частных новостных порталов выбрано по 8 статей, следовательно, анализируется по 8 статей из каждой европейской страны. С целью более глубокого изучения и сравнения статей на казахском и русском языках в равной степени авторы рассматривают 10 казахстанских статей³¹. Таким образом, проанализировано 26 статей.

Проектирование и анализ данных

Новостные сообщения для анализа проходят отбор по нескольким критериям. Первый набор критериев используется для фильтрации статей по требуемой теме и исследовательскому вопросу. Например, сотни статей посвящены теме жестокого обращения с детьми и насилия в отношении пожилых людей, в результате заданного параметра для поиска авторы получают возможность сосредоточиться на теме исследования:

1. Дата публикации: с 16 марта 2020 года по 30 октября 2020 года.
2. Соответствие темы: тема бытового насилия в отношении женщин.
3. Место события: Казахстан, Германия, Румыния.

Следующий раздел основан на описательном анализе для получения основной информации о статье:

1. Читательность: классифицируется как высокая, средняя и низкая. Данный показатель определяет, насколько легко читатель может понять написанный текст и уловить главную идею статьи. Визуализация (интерфейс сайта, стиль, формат) также играет определенную роль.
2. Соотношение содержания и объема: 10 к 1, где 10 – наибольшее соотношение содержания и объема.
3. Доступность источников: показывает, насколько достоверна информация, предложенная в статье. Может ли читатель ознакомиться с первоисточниками, послужившими основой для написания данной статьи?

³¹ Однако, авторы столкнулись со сложностью поиска статей на казахском языке, например, «Казахстанская правда» не публиковала статьи о случаях насилия, которые они опубликовали на русском языке. Та же тенденция наблюдается и на сайте Мажилиса Парламента, где информация на русском языке представлена более подробно и структурированно по сравнению с материалами на казахском языке.

4. Объективность: главный задаваемый вопрос – какую позицию принимает журналист в репортаже о домашнем насилии? Ответы: сторона жертвы, сторона агрессора или нейтральная позиция.
5. Последовательность структуры: «представление информации в порядке, который будет казаться читателю логичным, одно понятие следует из другого» с организованной и логической структурой (Bennett, 2018).
6. Количество слов.
7. *Количество комментариев, если применимо.
8. *Количество просмотров, если применимо.

Исследование основано на сочетании двух аналогичных исследовательских проектов. Челси Ли и Дженнифер С. Вонг сосредоточили свою работу на освещении проблем домашнего насилия в канадских печатных новостях (Lee & Wong, 2019). Они проанализировали более 100 статей и классифицировали их по четырем различным темам. В своей работе они из четырех существующих тем выделяют еще одну немаловажную и формулируют их следующим образом: «Пандемия и гендерное насилие», «Очередной случай жестокого обращения», «Это ее вина», «Случай считается проблемой только тогда, когда он достоин новостных хроник», «Призыв к действию посредством новостных порталов».

Вторым элементом аналитической методики является стандартизированная форма абстракции данных, которая была использована Сандхьей Каджипетой, Карой Ноеснер, Эдвардом Хиллом (Kajeerpet et al., 2016). В этом анализе вопросы классифицируются по 20 категориям. Формы абстракции данных используются для систематического сбора данных. После того как данные были абстрагированы из всех соответствующих новостных статей, авторы провели описательный и страновой сравнительный анализ по пяти категориям, упомянутым выше.

В стандартизированной форме абстракции данных используются следующие категории вопросов:

Пандемия и гендерное насилие

1. Отражала ли статья связь между пандемией COVID-19 и случаями гендерного насилия?
2. Давала ли статья основания полагать, что пандемия COVID-19 стала причиной жестокого обращения?
3. Обращался ли автор статьи к данным мировой статистики гендерного насилия – росту числа случаев гендерного насилия во время пандемии?
4. Отражена ли в статье какая-либо разница в количестве случаев гендерного насилия до и во время пандемии в этой стране?

Очередной случай жестокого обращения

5. Показан ли инцидент в статье в контексте более широкой социальной проблемы гендерного насилия?
6. Рассмотрены ли в статье случаи гендерного насилия только с точки зрения физического насилия?

Это ее вина / виктимблейминг

7. Было ли освещение данного случая в статье объективным: с точки зрения обеих сторон – потерпевшей и виновной?
8. Была ли обсуждена в статье история взаимоотношений между жертвой и преступником?
9. Содержала ли статья рассуждения о таких отклонениях, как психические заболевания, эмоциональная нестабильность, алкоголизм?
10. Утверждали ли читатели, что «это ее вина» в разделе комментариев?
11. Существовали ли в статье первичные и вторичные источники?
12. Использовал ли журналист нетрадиционные источники (мнения политиков в отставке, профессоров университетов, учителей/работодателей жертвы/наильника и т. д.)?
13. Нашел ли журналист свидетеля (свидетелей) по делу о насилии?
14. Использовал ли автор жанр журналистского расследования? (Investigative journalism, 2020)³²

Это считается проблемой только тогда, когда она поднимается известными личностями/несет новостную ценность

15. Стала ли статья более популярной по сравнению с другими тематически сходными статьями: количество комментариев и просмотров?
16. Приведены ли в статье какие-либо случаи насилия и их решения на примере других стран?

Призыв к действию посредством новостных порталов

17. Определены ли в статье сферы, требующие улучшения в системе реагирования на гендерное насилие?
18. Продолжали ли новостные порталы отслеживать судьбу жертвы после публикации?
19. Вызвала ли статья желание у читателей задуматься о прочитанном?
20. Содержала ли статья полезные рекомендации (какие-либо советы, контакты горячей линии) для жертв гендерного насилия?

³² Журналистские расследования – это жанр журналистики, в котором репортеры глубоко исследуют одну интересующую их тему, такие как серьезные преступления, политическая коррупция или корпоративные правонарушения.

В дополнение к анализу статей вышеперечисленные категории были дополнены следующими вопросами:

21. Кому может быть интересна эта история?
22. Кто является заинтересованными сторонами в этом вопросе?
23. Какова основная формулировка цели?

Ниже приводится краткое изложение стандартизированной формы сбора данных (Таблица 1).

Результаты и обсуждение

I. Описательный анализ

Принцип осуществления отбора по заданному критерию общего описательного анализа (см. Приложение 1)

Описательный анализ сосредоточен на визуальных элементах, читабельности, соотношении содержания и объема, доступности источников, объективности, последовательности структуры (введение – основная часть – заключение), количестве комментариев, объеме статьи и количестве просмотров (если применимо).

Визуализация материала. Во всех анализах трех стран техники визуализации оказались довольно схожими между собой. Статьи о домашнем насилии обычно содержат стереотипные картинки из интернета³³. Новостные порталы в Казахстане, как государственные, так и частные, используют жестокие изображения с кровью, гематомами на частях тела, которые могут нанести психологическую травму эмоционально нестабильным людям. Следует отметить, что домашнее насилие не ограничивается только физическим насилием, это также «сексуальные, эмоциональные, экономические или психологические действия, или угрозы действий, которые влияют на другого человека» (UN, 2020).

Анализ показывает, что практически нет статей с изображениями сильных женщин, которые обладают возможностью остановить насилие над собой и которые могли бы служить образцом для подражания для жертв насилия. Только в одной немецкой статье показана женщина-оптимистка, сбжавшая от унижительных отношений («Gewalt gegen Frauen: «Kein Zustand, den man Liebe nennen kann», 2020). Этот пример показывает, что журналисты могут использовать не только тексты, но и изображения для передачи главной идеи.

Как правило, в первую очередь, читатели обращают внимание на заголовки. С каждым разом журналисты испытывают трудности в достижении высокой результативности просмотров. В связи с этим, журналисты стараются использовать броские заголовки – кликбейты, которые могут не соответствовать основной идее текста. Следующие заголовки: «Корона держит нас в ловушке в аду» или «Связанные» с немецкого новостного портала могут считаться одними из них (ZEIT ONLINE, 2020). В Казахстане, напротив, журналисты выводят в качестве

³³ Женщина, сидящая в углу, и кулак насильника или ремень в руках насильника.

заголовка одну из главных идей статьи: «Количество случаев домашнего насилия во время карантина в Казахстане увеличилось на 20 %», «Полицейский спас мать [...] от мужа-агрессора в Алматинской области» (см. Приложение 1: Статья 5, Статья 1). Рационально рассуждая, длинные стандартные заголовки могут не привлечь читателей к дальнейшему прочтению статьи, в результате чего, данный факт может отрицательно сказаться на количестве просмотров.

Читабельность. Довольно важную роль в презентации статьи играет использование определенного стиля языка. Основываясь на анализе статей, необходимо отметить, что существует взаимосвязь между уровнем читабельности и принадлежности средств массовой информации к государственным либо частным источникам финансирования. В Казахстане частные новостные порталы имеют более высокую читабельность. Независимо от языка написания статьи, последовательная структура изложения статьи повышает ее читабельность, данное утверждение было подтверждено эмпирическим методом в нашем анализе статей со всех трех стран.

Анализ показал, что официальная и разговорная лексика затрудняет восприятие новостей. Например, в статье с текстом послания министра о предотвращении насилия, авторы Tengrinews не стали менять формальный язык на более упрощенный для восприятия широкой аудиторией. В результате такое изложение помешало читателям статьи понять соответствующие правовые аспекты и глубже погрузиться в предмет изучения: «разработан законопроект, который точно определяет действия государственных органов по учету случаев домашнего насилия [...], а также работа по предотвращению насилия» (см. Приложение 1: Статья 5).

Соотношение содержания и объема статьи. Данный пункт тесно связан с предыдущей категорией. Наш анализ показывает, что большинство статей, содержащих 1000 слов и более, воспринимаются читателем труднее. Интервью на румынском языке, состоящее из 1471 слова, могло быть заменено коротким видео или подкастом для экономии времени читателей. По сравнению с видео, статья не подчеркивает основной идеи в авторской логике (Приложение 3: Статья 7). Та же тенденция может быть отмечена и в немецком источнике Zeit, где публикуются эссе и интервью объемом более 1000 слов. (Приложение 2: статья 5). На казахстанских новостных порталах среднее количество слов в статье – 321; в немецких – 1451; в румынских – 507 слов.

Доступность источников. Все вышеупомянутые статистические данные о случаях гендерного насилия, цитаты политиков, отчеты полиции анализируются авторами в выборочных статьях. Авторы подтвердили, что данные ссылки кликабельны, и читатель может получить доступ к первоисточникам информации. Следует отметить, что авторы всех проанализированных немецких статей указывают на доступность источников. Согласно анализу, 70 казахстанцев не используют инструменты гиперссылок для подтверждения достоверности информации в статье, читателями отмечается отсутствие ссылок.

Объективность. Принимая во внимание, что СМИ являются одним из основных звеньев связи с обществом и формируют общественное мнение, они должны иметь сильную и четкую позицию по каждому из освещаемых вопросов. Другой вопрос, должен ли журналист занимать

нейтральную позицию в отношении гендерного насилия, помещая обидчика и жертву в равную позицию в повествовании, или он должен быть более сентиментальным по отношению к жертве, чтобы предотвратить потенциальные случаи насилия.

Только одна из восьми проанализированных статей немецких источников занимает сторону жертвы, остальные придерживаются нейтральной позиции, что дает возможность посмотреть на ситуацию с различных точек зрения. На румынских новостных порталах ситуация складывается противоположная, авторы всех восьми статей на румынских новостных сайтах поддерживают сторону жертв. В статье на румынском Digi24 к читателю обращаются как к «вам», ставя читателя на место жертвы или свидетеля насилия, например: «Если вы заметили, что кому-то угрожает опасность...» (Приложение 3: Статья 5). При дескриптивном анализе десяти казахстанских новостных сайтов выявлено, что авторы не признают нейтральности; более того, они обращаются исключительно к женщинам, ставшим жертвами жестокого обращения.

Последовательная структура. Статью Mediafax.ro можно использовать как пример последовательной структуры, построенной по системе от общего к частному. Во-первых, журналист поддерживает женскую аудиторию, заявляя, что «женщины не одиноки в этой ситуации», а затем автор для раскрытия проблемы сообщает о диалоге с равнодушным собеседником (Приложение 3: Статья 2).

Между казахстанскими и зарубежными статьями существует колоссальный разрыв в контексте целостной структуры. Отсутствие журналистских расследований начинается с неудачного вступления, которое не имеет достаточной убедительности для привлечения внимания читателей, не поощряет их сосредоточиться и размышлять по теме статьи. Статья 2 демонстрирует, как социально значимый случай плавно трансформируется в полицейский отчет с низким уровнем читабельности и низкокачественным журналистским стилем: «[...] 27 апреля на дежурный номер Келесского районного отдела полиции поступило сообщение от участкового инспектора полиции...» (Приложение 1: Статья 2).

Количество комментариев, объем статьи и количество просмотров. Анализ статей выявил трудности с подсчетом количества комментариев, так как в некоторых источниках только 40 % казахстанских статей содержали комментарии; 50 % – в Германии и только 10 % – в Румынии. В некоторых случаях читателю следует подписаться на источник, чтобы просмотреть или написать комментарий. Тем не менее в социальных сетях новостных порталов можно найти самые разные комментарии, ведь, будучи зарегистрированным в Instagram или Facebook, высказать свое мнение в разделе комментариев не составит труда. Однако на некоторых медиапорталах комментарии закрыты для всех. Журналистскую площадку Германии можно считать примером самой активной аудитории по высказыванию мнений в разделе комментариев. К примеру, к статье Zeit было насчитано 137 комментариев, и вот один из них: «Мне не понравилась структура статьи. Автор назвал свою работу анализом и дал ей название «Рост домашнего насилия» (в период коронавируса). Тогда, конечно, жертвами становятся только женщины и дети, а преступниками являются мужчины. С моей точки зрения, эту статью сложно назвать аналитической». Читатели активно обсуждают и критикуют сугубо субъективный взгляд автора, задают актуальные вопросы, а иногда даже

проводят собственные исследования и цитируют отчеты, статьи, ссылаясь на статистику.

Количество слов в статье, соотношение содержания и объема имеют прямую взаимосвязь. Применяемый принцип отбора по заданному критерию показывает, что чем больше слов в статье, тем больше вероятность потерять потенциального читателя. К сожалению, горькая правда заключается в том, что сейчас время ценится больше, чем когда-либо. Изложение не должно быть размытым, с большим количеством слов-связок; идеальным вариантом изложения может считаться использование информативности и легкой усвояемости каждого предложения.

Даже несмотря на то, что данная категория не играет решающей роли в нашем анализе, поскольку она не основана на содержании, следует отметить, что количество просмотров привлекает пользователя на прочтение статьи.

II. Общее качество освещения новостных лент

Таблица 1. Общее качество освещения на основе статей исследуемых стран

	Казахстан	Германия	Румыния	Общее число
Количество статей	10 (5/5 рус/ каз)	8	8	26
<i>Пандемия и гендерное насилие</i>				
Связь с COVID-19	30%	63%	87%	54%
COVID 19 как причина	40%	63%	63%	50%
Мировая статистика гендерного насилия	0%	38%	38%	21%
Случаи гендерного насилия до и после	30%	75%	50%	46%
<i>Очередной случай жестокого обращения</i>				
Более широкая социальная проблема	50%	87%	75%	64%
Аспекты сугубо физического насилия	30%	0%	25%	18%
<i>Это ее вина / обвинение жертвы</i>				
Объективная подача информации	30%	50%	38%	36%
История взаимоотношений	30%	25%	13%	21%
Психологические проблемы насильника	40%	50%	13%	32%

	Казахстан	Германия	Румыния	Общее число
Комментарии: обвинение жертвы	30%*	0%*	0%*	11%*
Источники: первичные/ вторичные	70%*	100%	87%	79%*
Источники: нетрадиционные	20%	87%	25%	39%
Доказательство насилия	0%	25%	13%	11%
Следственная отчетность	10%	100%	50%	43%
Это является проблемой только тогда, когда это заслуживает внимания новостных хроник				
Больше просмотров	40%*	38%*	38%*	36%*
Другие страны	10%	13%	50%	21%
Призыв к действию посредством новостных порталов				
Модификация системы	50%	75%	87%	64%
Последующие действия	20%	13%	0%	11%
Пища для размышлений	30%	75%	87%	57%
Причина публикации	60%	100%	87%	75%
Полезное руководство для жертв	10%	75%	50%	43%

Пандемия и гендерное насилие

Авторы выявили взаимосвязь между глобальной пандемией и случаями гендерного насилия, описанными в примерах статей. Жители Румынии и Германии показали более высокий процент по всем четырем рассматриваемым вопросам, особенно заметен разрыв при включении «глобальной статистики гендерного насилия», ни одна из 10 проанализированных казахстанских статей не прибегает к глобальной статистике.

Стоит отметить, что среди заголовков используются такие слова, как «изоляция», «карантин», «кризис при коронавирусе», «коронавирус». Однако название статьи может вводить в заблуждение, из пяти проанализированных статей из немецких источников, связанных с COVID-19, только две используют в своих заголовках слова, связанные с коронавирусом; та же тенденция прослеживается в казахстанских и румынских печатных изданиях.

Очередной случай жестокого обращения

Данный раздел посвящен статьям, в которых гендерное насилие рассматривается как уголовное дело, и не затрагивает более широкую перспективу этой социальной проблемы. Как показывает анализ,

более 60 % всех статей смогли передать суть социальной проблемы гендерного насилия. Только 18 % от общего количества анализируемых статей отображали физические аспекты насилия. Хорошим примером этой категории статей является следующий текст: «Сообщается, что в 9:40 утра на одной из улиц района неизвестная женщина пострадала от рук насильника. Полиция начала поиск преступника. В качестве вещественного доказательства изъят топор» (см. Приложение 1: статья 7). Обычно эти статьи очень короткие (в вышеупомянутом случае 218 слов), в них просто содержится отчет местного полицейского управления.

Проблема эпизодического фрейма домашнего насилия широко исследуется учеными (Bullock & Cubert, 2020; Lee & Wong, 2019). Исследователи поддерживают идею о том, что изображение домашнего насилия как «очередного случая преступления» заставляет читателей не осознавать причины насилия, долгосрочные последствия и многогранный аспект этого социального явления (Chermak & Chapman, 2007; McManus & Dorfman, 2002; Meyer & Post, 2013).

Это ее вина / обвинение жертвы

Криминальные хроники новостей во всех трех странах могли бы быть больше сконцентрированы на объективной подаче информации, чтобы «привлечь все возможные заинтересованные стороны», то есть различные мнения всех людей, которые прямо или косвенно причастны к ситуации жестокого обращения. Наш анализ показывает, что 36 % от общего числа анализируемых статей включают третьих лиц, помимо жертвы. Наряду с этим результатом только в 21 % из них описана предыстория случая жестокого обращения. Судя по результатам анализа, журналистские усилия по объективной подаче информации в статье не всегда достаточны. Также следует отметить, что на основании проанализированных материалов казахстанская аудитория опережает румынскую и немецкую по комментариям читателей, в которых содержится идея, что «жертва сама виновата».

Случай является проблемой только тогда, когда о нем говорит известный человек / Случай является проблемой только тогда, когда он заслуживает освещения в новостных хрониках

Информационная привлекательность – довольно субъективное понятие, которое может иметь несколько аспектов. Одним из них можно считать репутацию равнодушных влиятельных лиц. Анализ статей на казахском и румынском языках выявил 6 историй (2 – на румынском и 4 – на казахском), которые обратили на себя повышенное внимание, когда были размещены в социальных сетях известными/влиятельными в обществе людьми.

Другой аспект, выявленный в ходе исследования, связан с парадоксальным понятием, таким как «случаи, которые с меньшей вероятностью окажутся правдивы, с большей вероятностью... заслуживают освещения в СМИ» (Washington Post, 2020).

Кроме того, в рамках работы над данным исследованием, в 36 % от

общего числа статей можно было определить количество просмотров, в свою очередь, 64 % проанализированных работ не раскрывают подобных данных. Таким образом, было сложно отследить взаимосвязь количества просмотров статей с тем, насколько влиятельна личность, поднимающая данный вопрос.

Призыв к действию посредством новостных порталов

Этот раздел оказался особенно важным, так как во время изоляции люди испытывали наибольший стресс. В этом разделе мы анализируем, призывает ли журналист к каким-либо действиям или вдохновляет ли он читателя что-то изменить?

Общая тенденция, которую можно проследить в анализируемых статьях, следующая: высокий рейтинг содержания статьи благоприятно сказывается на откликах на призывы о помощи. Еще одним важным элементом является высокая читабельность и приемы визуализации, применяемые в статье, особенно это касается полезной информации для пострадавших от домашнего насилия. В анализируемых статьях на немецком и румынском языках контакты горячей линии помощи пострадавшим размещены на видном месте, выделены цветом или шрифтом, их читаешь в первые же секунды чтения. Например, сообщение, адресованное свидетелю насилия: «Важно дать понять, что вы {свидетель домашнего насилия} находитесь на стороне {жертвы}. Затем вы {свидетель домашнего насилия} можете вместе обсудить, какая конкретная помощь возможна и желательна в данной ситуации», в котором визуально выделены контакты горячей линии, может побудить жертв и свидетелей насилия принять меры и сообщить об агрессоре (Приложение 2: Статья 7).

Другой пример: призыв к совершению конкретных действий по противодействию домашнему насилию, но адресованный лицам, стоящим у власти. Такие призывы в статьях на немецком и румынском языках имели аналогичную структуру, как и интервью с представителями НПО: «Расширение возможностей приютов для женщин не должно быть под запретом, кризисным центрам необходима поддержка в развитии мобильных и цифровых сервисов». (Приложение 2: Статья 2; Приложение 3: статья 2). Обычно в статьях, которые содержат интервью у представителей НПО, есть большая вероятность найти полезные контакты кризисных центров, но в силах журналистов представить эту информацию как можно нагляднее.

Сравнительный анализ

Анализ казахстанских и немецких новостных статей

Еще в самом начале исследования выяснилось, что немецкая система медиавещания отличается от казахстанской: в Германии государственных новостных порталов не существует³⁴. Меняет ли это что-то для читателя? Результаты исследования показывают, что при написании статей все

³⁴ Благодаря специальной системе налогообложения газеты, радио финансируются за счет налога на средства массовой информации, что позволяет медиа быть независимыми от государственной поддержки.

немецкие журналисты (100%) используют методы журналистского расследования, в то время как только 10 % казахстанских журналистов углубляются в предмет исследования.

Другим аспектом изучения является полезная информация и рекомендации для потенциальных жертв, указанные в статьях. 75 % проанализированных немецких источников включают информацию о горячих линиях, ссылки на ресурсы кризисных центров против 10% казахстанских источников. Можно предвидеть, что читатели статей по теме гендерного насилия могут быть свидетелями или жертвами жестокого обращения. Следовательно, предоставление этих контактных данных приносит обществу дополнительную пользу. В одной из статей сообщается, что в Германии горячая линия для пострадавших мужчин и женщин работает круглосуточно и без выходных на 18 языках (Приложение 2: Статья 7).

В Казахстане стиль большинства статей можно рассматривать как повествовательный: «Новостные сюжеты больше похожи на рассказы, чем на серию объективно изложенных новостных заметок, использование подобного стиля в освещении новостей преследует своей целью привлечь и удержать внимание публики» (Is Journalism Storytelling? 2020). Как было доказано в исследовании, если говорить о воздействии новостных хроник на восприятие читателя, аудиторию больше привлекает негативный контент (Trussler & Soroka, 2014). После прочтения подобных «историй» с изображением женщин, доведенных до полусмерти, читатель испытывает сильное эмоциональное воздействие.

Включение информации
о горячих линиях и ссылок
на ресурсы кризисных центров:



75 %



10%

Журналистские расследования



100%



10%

Напротив, немецкие авторы преследуют цель не напугать читателей, а проанализировать тему и предоставить полезную информацию. В качестве примера: «Есть хорошие программы, в которых лицам, совершившим преступление, действительно могут помочь в борьбе с их тягой к насилию и разрушительным эмоциям... Долгосрочной целью программы является найти подходящее решение для детей». (Приложение 2: Статья 2).

Анализ новостных статей на казахском и румынском языках

Во-первых, следует отметить, что в обеих странах свобода волеизъявления возникла после распада социалистического строя. Однако анализ показывает очевидный разрыв в уровне подготовки журналистских репортажей в Казахстане и Румынии.

В начале исследования мониторинг веб-сайтов показал отсутствие повествовательного формата в румынских статьях по теме гендерного насилия (1 из 8). С другой стороны, на казахстанских медиапорталах 6 из 10 статей посвящены теме насилия.

Эти два критерия доказали низкий уровень стремления казахстанских журналистов к проведению расследований и аналитическому освещению событий. В то время как румынский новостной портал Digi24 глубоко и конкретно рассказывает о проблемах гендерного насилия (отсутствие кризисных центров и т. д.), в том же месяце в статье Tengrinews была дана аналогичная информация, которая была полностью заимствована из пресс-релиза Фонда ООН в области народонаселения (UNFPA) (Приложение 1: Статья 1).

Государственные и частные новостные порталы Румынии уделяют особое внимание международному опыту борьбы с причинами и последствиями гендерного насилия (Италия, Бельгия) в отличие от казахстанских новостных порталов. Во время COVID-19 они представляют лучшую практику освещения проблемы в 100 обнаруженных статьях.

Рекомендации и лучшие практики

Рекомендации и уроки для Казахстана

Авторы данного исследования отмечают специфические элементы информирования о женском насилии в казахстанских СМИ. Одной из особенностей является право выбора языка для освещения новостей, поскольку двуязычная (казахский и русский) система «используется на равных основаниях» (Приложение 1: Статья 7). Тем не менее одни и те же сюжеты новостей могут по-разному отражать событие на разных языках. Art.4 KZ свидетельствует, что версия на казахском языке не совсем соответствует оригинальному тексту сообщения; поэтому казахстанским журналистам рекомендуется одинаково информировать как казахоязычную, так и русскоязычную аудитории (см. Приложение 4).

По второму критерию отбора статей казахстанские онлайн-новости показывают самый низкий уровень журналистских расследований. Представителям четвертой власти страны следует отказаться от

практики приводить голые факты, скопированные (как и большинство анализируемых материалов) из представленных пресс-релизов (ст. 1), цитат экспертов (ст. 10), отчетов полиции (ст. 2, 4), постов в социальных сетях (статьи 2, 4, 9), обращений правительства (статьи 5, 6) (Приложение 1). Отсутствие журналиста-наблюдателя на месте события не может вызывать доверие аудитории, поддержать которое, кроме этого, помогут действующие гиперссылки и достоверные источники, особенно если учесть, что среди трех стран Казахстан занимает лидирующую позицию по просмотрам материалов по данной тематике в сети (*таблица 1*). Другим примером недостаточного использования составляющих журналистских расследований являются нечеткие статистические данные, в частности о процентном увеличении случаев домашнего насилия, которые меняются в течение 5 дней (Приложение 1: Статьи 5, 6). Здесь следует указать, что как государственные, так и частные СМИ показали довольно похожие результаты, что предполагает необходимость дальнейшей работы над указанными ошибками.

Следует серьезнее задуматься о структурировании и организации журналистских сведений. Таким образом, практика Германии и Румынии доказала, что информация, используемая из первичных или вторичных источников, должна быть эффективно структурирована на основе «редакционной логики» (Marinescu, 2020). Новости о случаях домашнего насилия во время пандемии читают самые разные люди; но тема домашнего насилия все же требует активных кампаний по повышению осведомленности среди всех групп населения. С этой точки зрения, политические термины, уличный жаргон неприемлемы; журналисты должны использовать язык, понятный для широкого круга лиц.

Еще один момент, который нужно выделить, – это формирование отношения к освещаемой проблеме. Чтобы повысить осведомленность по теме домашнего насилия, журналисты должны правильно сформулировать саму постановку вопроса освещаемой тематики, поскольку большинство проанализированных казахстанских выборок статей не повышают осведомленность о гендерном насилии и не передают важность этой социальной проблемы. Подобные формулировки, как «казахская женщина едва пережила нападение своего бывшего мужа с ножом» (ст. 3) или «мужчина, который избил свою жену топором, приговорен к 11 годам лишения свободы» (ст. 7), не повышают осведомленность среди казахстанских читателей, а могут отпугнуть их от темы (Приложение 1). Социальные проблемы женщин следует освещать в более позитивном и мотивирующем ключе, чтобы проиллюстрировать дальнейшие возможности жертв насилия обрести безопасность и покой. Фотографии кризисных центров, успешные истории о женщинах, разрывающих жестокие отношения, о женщинах, ведущих здоровый образ жизни, можно считать обновленным подходом казахстанской журналистской службы по контролю качества.

Во всех трех странах масштабы социальной проблемы не получили отражения с исторической точки зрения. Ни одна из них не исследовала осведомленность о гендерном насилии и его причинах во время других эпидемий, таких как чума, оспа. Отмечается отсутствие сравнительной динамики статистики домашнего насилия между текущим и прошлым годом. Следовательно, тема должна быть освещена в казахстанских СМИ более подробно и познавательно.

Журналистская этика

Настоящее исследование показывает, что уважение к читателям следует рассматривать как отправную точку этики казахстанской журналистики. Журналистское уважение к аудитории означает высокий уровень подготовки репортажей, следование таким принципам, как использование надежных источников информирования, аутентичный перевод, действующие ссылки, соответствующие приложенные изображения, следование правилу «Прежде всего качество, а не количество» (поскольку частота публикации статей по теме домашнего насилия в Казахстане опережает такие страны, как Германия и Румыния) и отражение различных мнений экспертов по освещаемой тематике. Следует отметить, что одним из самых низких показателей во всех трех странах является упоминание о показаниях «свидетеля насилия» (Таблица 1). Это означает, что в большинстве проанализированных статей не упоминаются мнения свидетелей преступления, основных лиц, которые должны призывать к действию. А. Ферг Мюррей утверждает, что основной причиной жестокого обращения в отношении женщин является «недостаток конкретных действий сообщества, свидетелей, [...] направленных на предотвращение или прекращение насилия, [...] которое обычно освещается в средствах массовой информации» (Murphy & Farmer, 2020).

Кроме того, исследование сталкивается с этическими предположениями о необходимости нейтральности, то есть с вопросом, должен ли автор быть объективным и избегать поддержки жертвы или, в случае если журналист поддерживает только одну сторону, оставаться предвзятым. Хантер предполагает, что «классическая ошибка репортеров, обученных канонам «объективного» освещения [...], состоит в том, чтобы прислушиваться к источникам только ради информации, а не ради эмоций» (Hunter, 2011).

Позиция освещения событий «Нейтральность либо проявление эмоциональности» определяется многими факторами; главная из них – это предназначение статьи. Если целью статьи является повышение осведомленности о существующей проблеме в Казахстане, статья, следовательно, должна привлечь внимание аудитории, давая более широкий обзор социальной проблемы в стране, такой как обострение ситуации с домашним насилием. Фактически половина проанализированных казахстанских статей, особенно в формате сторителлинга, акцентируется на самих случаях насилия (Таблица 1). Челси Ли и Дженнифер С. Вонг обнаруживают аналогичное мнение в своих исследованиях, соответствующих тематике данной статьи (Lee & Wong, 2019).

Когда дело доходит до повышения осведомленности о событии, имеющем насильственный характер, и его реальности, эмоционально окрашенные описания событий могут побудить аудиторию понять, что чувствует жертва. Тем не менее, ситуация должна быть полностью расследована не только с точки зрения жертвы. Следовательно, уровень этики в казахстанских СМИ должен подниматься выше с целью демонстрации уважения к аудитории и пострадавшим от действий насильственного характера посредством принятия следующих мер: предоставление достоверных источников, сохранение конфиденциальности жертвы и четкое определение основной цели репортажа, поскольку только 30 % всех казахстанских статей, прошедших анализ в рамках исследования, побуждают читателей размышлять на эту тему (Таблица 1).

Передовая практика: содействие позитивной роли СМИ в борьбе с гендерным насилием

Как было сказано ранее, ученые согласны с тем, что СМИ играют решающую роль в формировании восприятия темы домашнего насилия среди читателей. Во многих новостных статьях гендерное насилие оформляется как «очередное преступление» и обсуждается поверхностно. Чтобы избежать такой практики, Стамбульская конвенция, ратифицированная Советом Европы, подготовила руководство для представителей СМИ, правительств и частного сектора (Meysersfeld, 2012).

Стамбульская конвенция подчеркнула важность сбалансированных и непредвзятых механизмов освещения событий, оценки и мониторинга, кампаний по повышению медиаграмотности и обучения журналистов (Morbeck, 2016). В рамках Стамбульской конвенции был предоставлен контрольный список для лиц, стоящих у власти, который может быть дополнен в последующем, чтобы создать хорошую основу для несенсационной и нестереотипной политики освещения событий в Казахстане. В этом случае доминирующая роль правительства в СМИ может сыграть положительную роль.

Международной федерацией журналистов в качестве передовой практики для представителей СМИ в Казахстане рекомендуется использовать «Руководство по освещению событий, касающихся насилия в отношении женщин» (IFJ, 2011). В этом руководстве не только делается упор на непредвзятую формулировку сообщений при освещении новостей о домашнем насилии, но также освещаются такие аспекты, как конфиденциальность, использование статистической и справочной информации, культурные особенности, а также освещение причин нерешенной социальной проблемы, а не трагического события, носящего эпизодический характер.

Другим примером передовой практики является сотрудничество между правительством, СМИ и частным сектором. Вовлечение как можно большего числа заинтересованных сторон обеспечит скоординированный ответ на стереотипное освещение случаев гендерного насилия. Как было указано в докладе, экономические издержки от случаев домашнего насилия очень высоки не только для пострадавших, но и для частного сектора в виде отсутствия работника на рабочем месте и последствия этого отсутствия. Таким образом, существует четкая линия, которая должна объединить все заинтересованные стороны для совместной работы, например, португальская медиакомпания (RTP) в сотрудничестве с местной комиссией по защите прав трудящихся обучила своих сотрудников по вопросам гендерного равенства и использованию несексистских формулировок, освещению гендерного насилия и освещению убийств в СМИ и т. д. (European Institute for Gender Equality, 2014).

Наконец, важно сотрудничество с различными организациями, в контексте Казахстана это могут быть ООН, ООН-женщины, ОБСЕ, БДИПЧ и ВОЗ. В последние месяцы, после первого карантина, все международные организации использовали свой богатый опыт для содействия внедрению практических руководств (большинство из них доступно и на русском языке), таких как Руководство БДИПЧ («Предотвращение и борьба с сексуальным и гендерным насилием в местах лишения свободы: стандарты, подходы и примеры из региона ОБСЕ», 2020). ОБСЕ и другие

организации доказывают важность повышения осведомленности, проводя кампании по информированию общественности о приютах для женщин и предоставляя жертвам возможность сообщать о домашнем насилии в доступных для всех местах во время пандемии, таких как аптеки (Protection from domestic violence urgently needed for women and children under stay-at-home orders, say OSCE officials, 2020; Womenplatform, 2020; WHO and London School of Hygiene and Tropical Medicine).

Эти руководства и рекомендации могут остаться в руках исследователей, однако лица, стоящие у власти, вместе с представителями СМИ в Казахстане могут внести заметные коррективы.

Заключение

Карантинный период свидетельствует об обострении проблем, связанных с гендерной принадлежностью, в частности, проблемы насилия в отношении женщин. Исследование в рамках работы над данной статьей привело к выводу, что во время подобного глобального кризиса предотвращение проблемы может быть достигнуто путем повышения осведомленности о фактах домашнего насилия на национальном уровне, первым шагом в этом направлении может послужить распространение материалов по заданной тематике средствами массовой информации.

Анализ исследования был построен на двух критериях фильтрации, которые оказали содействие в идентификации материалов, связанных с исследуемой тематикой из казахстанских, немецких и румынских новостных источников и предоставлении необходимых данных, описанных в разделе «Результаты».

Подход казахстанских новостных медиа, несомненно, нуждается в корректировках и модификациях, и казахстанские СМИ должны разработать единые подходы к освещению событий по теме домашнего насилия. Сравнение опыта Германии и Румынии могло бы стать образцом для казахстанских СМИ для осознания того, что представители «четвертой власти» должны нести ответственность за освещение темы домашнего насилия и нести роль посредников в противодействии данной проблеме.

Основываясь на этих выводах, можно предположить, что продвижение связи между основной проблемой и устойчивым развитием государства, здоровыми равными правами в соответствующей стране может способствовать правильному подходу. Карантинный период выявляет столь серьезную социальную проблему и не гарантирует ее стабилизацию после пандемии.

Дескриптивный анализ и подход извлечения данных, основанные на модели Сандхья Каджипета и др., обеспечивают основу для дальнейших исследований, предлагают набор знаний, а также убеждают в следующем: роль казахстанских новостных порталов в продвижении проблемы домашнего насилия следует усиливать более интенсивно, а СМИ нуждаются в высококачественных стандартах журналистских расследований. На таких подходах, как достоверные источники, соответствующая структура статьи, корректно подобранный язык, анализ разных точек зрения, подробная справочная информация, и должно быть сосредоточено внимание казахстанских журналистов.

Проблема гендерного насилия останется на социальной повестке дня в Казахстане независимо от пандемии. Низкий уровень осведомленности

казахстанского населения по теме домашнего насилия предполагает, что насилие в отношении других социально уязвимых групп, таких как дети, люди с ограниченными возможностями, меньшинства и пожилые люди, также недооценивается.

Приоритеты казахстанских СМИ также подкрепляются культурой, в которой роль женщины постоянно принижается. Другими словами, отношение казахстанской прессы к гендерному насилию отражает традиционно-ориентированную повестку, незаметно для него.

Несмотря на то, что президент Токаев регулярно повышает осведомленность о домашнем насилии в своих ежегодных посланиях, проблема декриминализации домашнего насилия, озвученная в 2017 году, все еще остается (President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019 – Official site of the President of the Republic of Kazakhstan, 2020; Круглова, 2020). Тем не менее гендерное насилие можно уменьшить не только за счет ужесточения законов против насильников, но и за счет повышения грамотности в этой сфере и стратегических информационных кампаний, продвигаемых всеми заинтересованными сторонами в Казахстане. Одной из таких заинтересованных сторон должны быть казахстанские СМИ.

Список использованной литературы

1. #protejațifemeile | Chinul victimelor care stau în izolare alături de agresor. Alexandra Stan: „Să plece el, pentru că el perturbă liniștea și pacea familiei”. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/social/protejatifemeile-chinul-victimelor-care-stau-in-izolare-alaturi-de-agresor-alexandra-stan-sa-plece-el-pentru-ca-el-perturba-linistea-si-pacea-familiei-19035220>.
2. Acasă, în vremea pandemiei, nu e mereu sigur. Soluții pentru victimele violenței domestice. Digi24.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.digi24.ro/opinii/acasa-in-vremea-pandemiei-nu-e-mereu-sigur-solutii-pentru-victimele-violentei-1293514>.
3. Andrews, T. (2012). What is social constructionism? Grounded Theory Review. Retrieved 14 November 2020, from https://www.researchgate.net/publication/235102122_What_is_Social_Constructionism/citation/download.
4. Bennett, D. (2018). Academic writing at the Nova University. Lecture, Lisbon.
5. Bullock, C., & Cubert, J. (2020). Coverage of Domestic Violence Fatalities by Newspapers in Washington State. DigitalCommons@USU. Retrieved 14 November 2020, from https://digitalcommons.usu.edu/journalism_facpub/9/.
6. Carlyle, K., Scarduzio, J., & Slater, M. (2014). Media Portrayals of Female Perpetrators of Intimate Partner Violence. Journal Of Interpersonal Violence, 29(13), 2394-2417. <https://doi.org/10.1177/0886260513520231>
7. Chermak, S., & Chapman, N. (2007). Predicting crime story salience: A replication. Journal Of Criminal Justice, 35(4), 351-363. <https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2007.05.001>
8. Coronavirus: Șeful ONU avertizează împotriva violenței domestice pe fondul crizei. Agerpres.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.agerpres.ro/politica-externa/2020/04/06/coronavirus-seful-onu-avertizeaza-impotriva-violentei-domestice-pe-fondul-crizei--481405>.
9. Doi tulceni au dosare penale pentru fapte de violență domestică după ce și-au lovit soțiile. Stiri pe surse. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.stiripesurse.ro/doi-tulceni-au-dosare-penale-pentru-fapte-de-violenta-domestica-dupa-ce-si-au-lovit-sotiile_1503028.html.
10. European Institute for Gender Equality. (2014). Estimating the costs of gender based violence in the European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
11. EXCLUSIV. Alexandra Stan a vorbit, la ”Marius Tucă Show”, despre victimele violenței domestice: suferința unei prietene, în timpul izolării. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/marius-tuca-show/exclusiv-alexandra-stan-la-marius-tuca-show-19217675>.
12. Fetscher, C. (2020). Häusliche Gewalt ist kein Schicksal - sondern ein Problem, das alle angeht. Tagesspiegel.de. Retrieved 14 November 2020, from <https://www.tagesspiegel.de/politik/corona-und-die-ausgehbeschraenkungen-haeusliche-gewalt-ist-kein-schicksal-sondern-ein-problem-das-alle-angeht/25718698.html>.
13. Gewalt gegen Frauen: «Kein Zustand, den man Liebe nennen kann». Zdf.de. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/stef-la-frecks-interview-erfahrung-mit-haeuslicher-gewalt-100.html>.
14. Häusliche Gewalt in Zeiten der Corona-Pandemie: Wenig Zahlen. Süddeutsche.de. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.sueddeutsche.de/leben/gesellschaft-wiesbaden-haeusliche-gewalt-in-zeiten-der-corona-pandemie-wenig-zahlen-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200712-99-759734>.
15. Hunter, M. (2011). Story-based inquiry: a manual for investigative journalists.

UNESCO.

16. IFJ. (2011). IFJ Guidelines for Reporting on Violence Against Women. Retrieved from https://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf
17. Interview zum Frauenhilfetelefon. Bundesregierung. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/interview-frauenhilfetelefon-1786956>.
18. Investigative journalism. En.wikipedia.org. (2020). Retrieved 8 November 2020, from https://en.wikipedia.org/wiki/Investigative_journalism#:~:text=Investigative%20journalism%20is%20a%20form,political%20corruption%2C%20or%20corporate%20wrongdoing.
19. Is Journalism Storytelling?. UKEssays.com. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.ukessays.com/essays/journalism/is-journalism-storytelling.php>.
20. Kajeepeta, S., Noesner, K., & Hill, E. (2016). News Coverage of Intimate Partner Homicides in New York City (2013-16). Mayor's Office To Combat Domestic Violence. Retrieved 7 October 2020, from.
21. Langowski, J., & Piontek, H. (2020). Wenn die Kontaktsperre lebensgefährlich wird. Tagesspiegel.de. Retrieved 14 November 2020, from <https://www.tagesspiegel.de/berlin/haeusliche-gewalt-in-der-coronakrise-wenn-die-kontaktsperre-lebensgefahrllich-wird/25696336.html>.
22. Lawrence, R. (2004). Framing Obesity. *Harvard International Journal Of Press/ Politics*, 9(3), 56-75. <https://doi.org/10.1177/1081180x04266581>
23. Lee, C., & Wong, J. (2019). 99 Reasons and He Ain't One: A Content Analysis of Domestic Homicide News Coverage. *Violence Against Women*, 26(2), 213-232. <https://doi.org/10.1177/1077801219832325>
24. Marinescu, V. (2020). Media coverage of grassroots violence against women. Academia.edu. Retrieved 14 November 2020, from https://www.academia.edu/7988343/Media_coverage_of_grassroots_violence_against_women.
25. McManus, J., & Dorfman, L. (2002). Youth Violence Stories Focus on Events, Not Causes. *Newspaper Research Journal*, 23(4), 6-20. <https://doi.org/10.1177/073953290202300401>
26. Meyer, E., & Post, L. (2013). Collateral Intimate Partner Homicide. *SAGE Open*, 3(2), 215824401348423. <https://doi.org/10.1177/2158244013484235>
27. Meyersfeld, B. (2012). The Council of Europe Convention on Preventing and Combating Violence Against Women and Domestic Violence. *International Legal Materials*, 51(1), 106-132. <https://doi.org/10.5305/intelegamate.51.1.0106>
28. Monahan, M., & Meyers, M. (1999). News Coverage of Violence against Women: Engendering Blame. *Contemporary Sociology*, 28(5), 580. <https://doi.org/10.2307/2655025>
29. Morbeck, M. (2016). Encouraging the participation of the private sector and the media prevention of violence against women and domestic violence: Article of the Istanbul Convention. Council Of Europe. Retrieved 14 November 2020, from <https://rm.coe.int/16805970bd/>.
30. Murray, A., & Farmer, P. (2020). From Outrage to Courage. Goodreads.com. Retrieved 14 November 2020, from https://www.goodreads.com/book/show/1814246.From_Outrage_to_Courage.
31. Nelkin, D. (1990). Selling Science. *Physics Today*, 43(11), 41-46. <https://doi.org/10.1063/1.881243>
32. Palazzolo, K., & Roberto, A. (2011). Media Representations of Intimate Partner Violence and Punishment Preferences: Exploring the Role of Attributions and Emotions. *Journal Of Applied Communication Research*, 39(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/00909882.2010.536843>

33. Parlamentul European, adăpost pentru femeile abuzate și ajunse pe străzi. Cum arată dormitoarele în care au fost cazate. Mediafax.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.mediafax.ro/social/parlamentul-european-adapost-pentru-femeile-abuzate-si-ajunse-pe-strazi-cum-arata-dormitoarele-in-care-au-fost-cazate-19110915>.
34. Perse, E. (1990). Media involvement and local news effects. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 34(1), 17-36. <https://doi.org/10.1080/08838159009386723>
35. President of Kazakhstan Kassym-Jomart Tokayev's State of the Nation Address, September 2, 2019 — Official site of the President of the Republic of Kazakhstan. Akorda.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.akorda.kz/en/addresses/addresses_of_president/president-of-kazakhstan-kassym-jomart-tokayevs-state-of-the-nation-address-september-2-2019.
36. President Tokayev announces one-month state of emergency. Inform.kz. (2020). Retrieved 19 October 2020, from https://www.inform.kz/en/president-tokayev-announces-one-month-state-of-emergency_a3625158 (retrieved 19.10.2020).
37. Preventing and Addressing Sexual and Gender-based Violence in Places of Deprivation of Liberty: Standards, Approaches and Examples from the OSCE Region. Osce.org. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.osce.org/odihr/427448>.
38. Preventing intimate partner and sexual violence against women. World Health Organization. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.who.int/reproductivehealth/publications/violence/9789241564007/en/>.
39. Protection from domestic violence urgently needed for women and children under stay-at-home orders, say OSCE officials. Osce.org. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.osce.org/secretariat/449515>.
40. Rata criminalității în pandemie: scad infracțiunile, dar se înmulțesc cazurile de violență și abuzuri în familie. Digi24.ro. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/justitie/rata-criminalitatii-in-pandemie-scad-infraciunile-dar-se-inmultesc-cazurile-de-violenta-si-abuzuri-in-familie-1291631>.
41. Sotirovic, M. (2003). How Individuals Explain Social Problems: The Influences of Media Use. *Journal Of Communication*, 53(1), 122-137. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03009.x>
42. Special Eurobarometer 344: Domestic Violence against Women - European Union Open Data Portal. Data.europa.eu. (2020). Retrieved 13 November 2020, from https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S816_73_2_EBS344.
43. Trussler, M., & Soroka, S. (2014). Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames. *The International Journal Of Press/Politics*, 19(3), 360-379. <https://doi.org/10.1177/1940161214524832>
44. Überregionale Zeitungen in Deutschland. deutschland.de. (2020). Retrieved 13 November 2020, from <https://www.deutschland.de/de/topic/wissen/ueberregionale-zeitungen>.
45. UN chief calls for domestic violence 'ceasefire' amid 'horrifying global surge'. UN News. (2020). Retrieved 10 October 2020, from <https://news.un.org/en/story/2020/04/1061052>.
46. United Nations. (2020). What Is Domestic Abuse? | United Nations. United Nations. Retrieved 28 September 2020, from <https://www.un.org/en/coronavirus/what-is-domestic-abuse>.
47. Ungar, S. (2000). Knowledge, ignorance and the popular culture: climate change versus the ozone hole. *Public Understanding Of Science*, 9(3), 297-312. <https://doi.org/10.1088/0963-6625/9/3/306>
48. Violence against women. Who.int. (2020). Retrieved 3 November 2020, from <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>.

49. Vreese, C., & Boomgaarden, H. (2003). Valenced news frames and public support for the EU. *Communications*, 28(4). <https://doi.org/10.1515/comm.2003.024>
50. Washington Post. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fnews%2fmonkey-cage%2fwp%2f2014%2f12%2f05%2fthe-paradox-of-newsworthiness%2f.
51. Womenplatform.net. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://womenplatform.net/uploads/Files/Broshura_Sotrudnichestvo_bez_travm.pdf.
52. Yanovitzky, I. (2002). Effects of News Coverage on Policy Attention and Actions. *Communication Research*, 29(4), 422-451. <https://doi.org/10.1177/0093650202029004003>
53. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 10 October 2020, from <https://www.zeit.de/arbeit/2020-03/haeusliche-gewalt-quarantaene-frauenhaus-coronavirus/komplettansicht>.
54. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 4 November 2020, from <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-04/haeusliche-gewalt-coronavirus-ausgangssperre-kinder-traumatisierung>.
55. ZEIT ONLINE. Zeit.de. (2020). Retrieved 4 November 2020, from <https://www.zeit.de/2020/26/vergewaltigung-prozess-luebeck-taeter-psychologie-machtfantasien/seite-3>.
56. Алматыда күйеуін байқаусызда өлтіріп алған әйел ақталып шықты. *Kaz.nur.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://kaz.nur.kz/1858820-almatyda-kjeuin-bajkausyzda-ltirip-algan-jel-adam-aktalyp-syky.html>.
57. Баязитовна, Ф. (2020). К вопросу о роли средств массовой информации в преодолении проблемы супружеского насилия в современном российском обществе. *КиберЛенинка*. Retrieved 13 November 2020, from <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rol-i-sredstv-massovoy-informatsii-v-preodolenii-problemy-supruzheskogo-nasilija-v-sovremennom-rossijskom-obschestve>.
58. Әйелін балтамен ұрған ер адам 11 жылға сотталды - Қазақстан және әлемдегі соңғы жаңалықтар. *Қазақстан және әлемдегі соңғы жаңалықтар*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://24.kz/kz/zha-aly-tar/o-am/item/417535-jelin-baltamen-r-an-er-adam-11-zhyl-a-sottaldy>.
59. Казахстанка едва выжила после нападения бывшего мужа с ножом - Новости Казахстана - свежие, актуальные, последние новости об о всем. *Kazpravda.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.kazpravda.kz/news/proisshestiya/kazahstanka-edva-vizhila-posle-napadeniya-bivshego-muzha-s-nozhom>.
60. Круглова, Д. (2020). В Казахстане декриминализовали бытовое насилие. Как теперь будут наказывать мужей-тиранов. *Informburo.kz*. Retrieved 14 November 2020, from <https://informburo.kz/stati/v-kazahstane-dekriminalizovali-bytovoe-nasilie-kak-teper-budut-nakazyvat-muzhey-tiranov.html>.
61. Мәжіліс отбасылық-тұрмыстық зорлық-зомбылыққа қарсы депутаттық заң жобаны мақұлдады. *Parlam.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <http://www.parlam.kz/kk/mazhilis/news-details/id48135/1/1>.
62. На 20% возросло число случаев домашнего насилия во время карантина в Казахстане. *Zakon.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.zakon.kz/5029112-na-20-vozroslo-chislo-slucaev.html>.
63. Полицейский спас многодетную мать от мужа-агрессора в Алматинской области. Главные новости Казахстана - *Tengrinews.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/politseyskiy-spas-mnogodetnuyu-mat-muja-agressora-403847/.
64. Резонансное насилие над алматинкой прокомментировал глава полиции города. *Inform.kz*. (2020). Retrieved 14 November 2020, from <https://www.inform.kz>.

kz/ru/rezonansnoe-nasilie-nad-almatinkoy-prokomentiroval-glava-policii-goroda_a3706656.

65. Семейно-бытовое насилие: депутаты и эксперты рассказали о новом законе. Inform.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://www.inform.kz/ru/semeyno-bytovoe-nasilie-deputaty-i-eksperty-rasskazali-o-novom-zakone_a3710389.
66. Семейно-бытовое насилие: наказывать хотят не только агрессоров, но и госорганы. Zakon.kz. (2020). Retrieved 13 October 2020, from <https://www.zakon.kz/5029737-kak-budut-borotsya-s-semeyno-bytovym.html>.
67. Число жалоб на бытовое насилие в Казахстане увеличилось в 2 раза. Главные новости Казахстана - Tengrinews.kz. (2020). Retrieved 14 November 2020, from https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/chislo-jalob-byitovoe-nasilie-kazahstane-velichilos-2-raza-400786/.
68. Ясавеев, И. (2020). Ясавеев И. Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004. – 200 с.. Academia.edu. Retrieved 29 September 2020

ПРОЗА И ПОЭЗИЯ COVID-19 В КАЗАХСТАНЕ (ЛИТЕРАТУРА ДНЕЙ «КОРОНЫ»)

Айнур Тoley

Введение

Понятие «эпидемия» сопутствует человечеству на всем протяжении его существования. Поэтому найти в литературе Древнего мира понятия, относящиеся к эпидемии, не составляет особого труда. Античная литература толкует мор как наказание, посылаемое разгневанными богами. Так, в «Илиаде» Гомера Аполлон насылает на греческое войско чуму. А в трагедии Софокла «Царь Эдип» представлена скорбная картина повального мора – последствия Божьего гнева. Есть доказательства того, что Уильям Шекспир писал «Короля Лира» в то время, когда чума 1606 года достигла своего апогея. В «Ромео и Джульетте» Меркуцио перед смертью проклинает враждующие семьи Монтекки и Капулетти, воскликнув: «Чума на оба ваши дома!» То есть даже из этой маленькой реплики можно сделать вывод, что эпидемия чумы воспринимается как наказание Всевышнего. Если задуматься о том, как толковали это понятие в мировой художественной литературе через два века после шекспировской эпохи, то на память приходит рассказ Эдгара По «Маска Красной Смерти». В этом рассказе чума представлена как героиня, утверждающая справедливость. Наследный принц Просперо, чтобы избежать чумы под названием Красная Смерть, заперся с царедворцами в своем замке. Пока люди умирали от инфекции за его пределами, Просперо устроил пышный маскарад. Каково же его главное условие? Конечно, явиться туда, надев маску. Поэтому «праведная» чума предстает перед светскими гостями замка в маске. Главный герой романа Ивана Сергеевича Тургенева «Отцы и дети» врач Евгений Базаров умирает, заразившись тифом.

1. Недуг в глубине сознания

В романе «Чума», посвященном непосредственно чуме и карантину, Альбер Камю представил это бедствие в образе зверя-чудища, навещающего ужас на людей. Но и здесь герои по-разному воспринимают эпидемию. И далеко не все с одинаковой решимостью готовы подняться на борьбу с проклятой напастью. Так, герой романа Рамбер воспринимает эпидемию как абстракцию. «Абстракция в глазах Рамбера – это все то, что препятствует его счастью» (Камю, 2011: 104). А отец Панлю, религиозный подвижник, в своих проповедях настойчиво убеждает, что достойных людей болезнь обходит стороной. Но поскольку людских прегрешений свершилось слишком много, то найдутся и такие, которые поверят Панлю, утверждающему, что чума уже добралась до Орана. Проповедник говорит: «Долго же не отводил своего милостивого лица всемогущий Бог от городских жителей, но, устав от бесполезного ожидания, отвернулся он от

нас. Вот так, лишившись света Всевышнего, остались мы одни в мрачных тенетах чумы» (Камю, 2011: 108).

Если сравнить эти высказывания, то герой Камю – набожный человек, но не считает эпидемию проявлением гнева Всевышнего. Мы сами не исправили допущенных ранее ошибок; полагая, что мы исправимся, милостивый Бог долго ожидал этого от нас. Затем разочаровался и перестал обращать внимание. Нас, оставшихся без божественной помощи, он считает лишь жертвами, покрытыми черной завесой чумы. Это роман о том, как люди ведут себя во время чумы, каково их состояние и мировоззрение. Писатель, в отличие античных или средневековых авторов, описывает индивидуальное восприятие наступившей катастрофы разными персонажами. Герои романа: прибывший из другой страны журналист, врач, священнослужитель, ребенок и задыхающийся пожилой человек. К примеру, страдающий одышкой старик не верит, что люди могут исправиться. Он уверен: как только эпидемия исчерпает себя, то оставшиеся в живых будут снова продолжать привычную порочную жизнь. Конечно, врач полагает, что чума есть невидимый глазу микроб.

Сам автор этим романом выразил протест против наступающего в Европе нацизма и фашизма, то есть Камю считает, что чума — это даже не микроб в физической форме, а идея в сознании человека. Можно сказать, он написал поэтико-философское произведение об эпидемии. Как знать, может, и сейчас в мировой литературе в период разгара эпидемии COVID-19 тоже создается такой же шедевр, как «Чума»?

Ну а как обстоят дела в казахской литературе? Не скроем, нас больше беспокоит именно этот вопрос. Такие явления, как война, эпидемия, голод, сильно меняют жизнь людей, подталкивают к кардинальной переоценке ценностей в обществе. Поэтому мы, вникая в написанные недавно стихотворения и художественную прозу, ставим целью исследовать, понять мысли и чувства казахского общества в коронавирусные дни, его восприятие мировой пандемии и ответную реакцию на ее глобальные вызовы. В ходе этого исследования мы взяли за основу сопоставительный анализ, используя выборочный метод, чтобы уяснить для себя, как раньше разрабатывалась тема эпидемии в казахской литературе. К примеру, какие заболевания перенесли герои известных нам произведений? Есть ли сходство и преемственность между произведениями об эпидемии, написанными прежними авторами, и повествованием о коронавирусе в современной литературе? А может быть, в литературе о новом вирусе сформировалась и новая поэтическая форма выражения? Чтобы найти ответы на эти вопросы, мы призовем на помощь основной метод теоретического исследования – сопоставительный.

2. Основная часть

2.1. Обзор описаний вспышек эпидемий, случившихся до эпидемии COVID-19.

Видов эпидемий много. Но в казахской литературе мы встретим куда больше заболевших тифом, чем героев, заболевших чумой. Например, в романе «Путь Абая» сразу три близких человека мудреца и просветителя Абая умирают от тифа.

Еще до смерти Магаша, в самом начале весны, от тифа скончался Ербол, ближайший друг Абая. За ним вслед ушел из жизни почитаемый Абаем мужественный Базаралы. Но об этом Абай услышал спустя двенадцать дней после смерти Магаша. Узнав, что почти одновременно троих близких ему людей скосила одна смерть, Абай произносит такие скорбные слова: «Эх, время горестное, чем еще ты намерено ударить меня втайне... Есть ли яд, мной не испытый? Загляни в мое сердце, что в нем осталось неизраненного? Сколько мук мне еще перенести, в чем моя вина, в чем ошибка?» (massaget.kz, 2014).

В творчестве Мухтара Ауэзова можно встретить немало героев, навек сомкнувших глаза от таких болезней, как тиф и оспа. В одном только рассказе «Сиротская доля» с одинаковой частотой всплывают оспа и тиф. О кончине Кушикбай-батыра, едва достигшего двадцатилетнего возраста, писатель повествует так:

По дороге домой болезнь развилась, Кушикбай мог еле сидеть на коне, и у перевала оспа сказала свое последнее слово: он еле слез с лошади опираясь на свое копьё. Его сил хватило на то, чтобы лечь головой в сторону Каабы – по мусульманскому обычаю. Тут и догорел. Когда родственники пошли за ним и нашли его, чекмень на нем был насквозь пропитан гноем из растертых оспенных нарывов. Батыр умер молодым, полный сил и устремлений, свирепствуя от того, что не добился и доли о чем мечтал.

И потому, говорят, степь у Аркалыка так сурова, потому обледеневаает зимой и не кормит скот, а людей гонит прочь жгучими ветрами, слепит (kitap.kz).

В рассказе есть место – «Расщелина Кушикбая». Здесь и разворачивается основное событие. Вначале писатель дает пояснение читателю, почему эта расщелина носит имя Кушикбая, как этот батыр прожил свою жизнь. Сирота здесь – Газиза. Отец и младший брат главной героини погибли от тифа. И вот Газиза, у которой остались лишь бабушка и мать, испытывавшие насилие от волостного Ахана, идет к могилам своих родных, и замерзает там.

И радость, интерес к жизни этих женщин, и надежда, щит – все это закопали в холодную могилу вместе с мертвыми телами. В той могиле лежали отец Газизы Жакип, а также милый братик – Мукаш. Ровно месяц назад отец и братик разом свалились, заболев тифом. И ничто не помогло им – ни молитвы Газизы, повторяемые днем и ночью, которые она шепотом возносила Богу, боясь остаться одной, если братишка с отцом умрут; ни горестные ее рыдания где-то в укромном уголке; ни мольбы престарелой бабушки к духам предков спасти родных, которые она читала нараспев, повесив на шею свое ожерелье – тотемные узелки для привязи ягнят... Так умерли они оба (adebiportal.kz, 2017).

Похожих описаний здесь много. Надо сказать, то, как автор раскрывает состояние человека, охваченного эпидемией, его социальное положение, какую идею он выдвигает как основную, можно сделать отдельной темой исследования. Но наша цель – краткий обзор описаний заразных заболеваний, предшествовавших COVID-19, в художественной литературе. Кстати сказать, почившие от тифа любимые Абаем близкие:

друг Ербол, сын Магаш и уважаемый Базаралы – не испытывали каких-то затруднений при жизни, их социально-бытовые условия были сносными. Но тиф не считался ни с классовым, ни с сословным положением. Героиня «Сиротской доли» Газиза тоже не испытывала лишений, пока живы были ее отец и брат. После ухода из жизни их главного кормильца, трое женщин: Газиза, ее бабушка и мать подвергаются жестокому насилию и притеснению со стороны людей (Ахана).

2.2 Казахская проза на тему COVID-19

В новелле Аскара Алтай «Вирус-мутант» герои сравнивают неведомый для человечества вирус с эпидемиями тифа и оспы. Почему? Причина в том, что человеку свойственно все неизвестное сопоставлять с давно известными понятиями, то есть оценивать происходящее с метафорической точки зрения. Аскар Алтай тоже сравнивает вирусы оспы и тифа, ранее подробно описанные в казахской литературе, с COVID-19. «Теща моя говорила, что пережила голодомор 1932 года и каким-то чудом спаслась от оспы. С тех пор на ее лице виднелись черные оспинки» (adebiportal.kz, 2020). Вместе с тем, благодаря этой новелле, можно найти ответ на вопрос: как восприняли казахстанцы первое известие о вирусе COVID-19? Ведь важность этого ответа по истечении времени будет возрастать. «В народе говорят: у нас нет этой заразы, это уловки власти чтобы держать нас в подчинении... Опять назрела смена президента. – Не верят, твердя “Италия где и мы где?” – вклинилась невестка Нуркаш» (adebiportal.kz, 2020a). А вот мнение стюардессы, подтверждающее то, что на первых порах не только казахстанцы, но и иностранцы не восприняли этот вирус всерьез. «Там тоже переполох. Люди напуганы, некоторые возвращаются домой. Однако многие небрежно отмахиваются: “Это как грипп, нечего бояться”, – и продолжают беспечно гулять» (adebiportal.kz, 2020b). Разумеется, в литературе используется такой прием, как художественная аллегория. И здесь Аскар Алтай вводит в качестве параллели жизнь тараканов. К чемодану главного действующего лица – стюардессы Карлыгаш, прилипает таракан и прибывает из заграницы. Этот таракан, точно так же как Карлыгаш, распространяет среди казахстанских тараканов вирус COVID-19. Однако тот факт, что этот вирус может заразить тараканов и что они подвергаются повальному уничтожению, не был зафиксирован ни в одном документе. Поэтому эту сюжетную линию, сопровождающую жизнь главных героев, мы расценили как художественную аллереорию, как чистейший вымысел авторской фантазии. В конце автор не утруждается сообщением о дальнейшей судьбе Карлыгаш и других героев. Но поскольку жизнь тараканов взята им как параллельная линия, то благодаря строкам, написанным о таракане, мы можем представить, чем закончилась вся эта катавасия. «Таракан, потеряв всех единокровных братьев и сестер, тоже остался один-одишошенек» (adebiportal.kz, 2020c). Стало быть, таракан-мутант смог распространить такой вирус, который очистил весь город от насекомых. Стюардесса Карлыгаш тоже привезла в свой город этот вирус из заморских стран.

Это произведение написано в марте 2020 года. Приняв во внимание, что эпидемия коронавируса, по официальным сводкам, началась в Казахстане 13 марта того же года (www.coronavirus2020.kz), нетрудно установить, что во время написания новеллы автор еще не встречался с человеком, который уже заразился. Идея этого произведения – женщина

как опора нации. Правильное поведение девушек и молодых женщин, их умение держаться в обществе, усвоение принципов национального воспитания, их культивирование в реальной жизни – все это может сберечь от напасти целую нацию. Но понятия главной героини Карлыгаш претерпели изменения. Она – мутант. Ради должности стюардессы она нарушила обещание, которое дала своему парню. Откуда нам знать, что мутантом автор называет ее, Карлыгаш? Он вкладывает это в уста парня Карлыгаш – Бауыра. Тот подшучивает над Карлыгаш: «Хоть ты и не путана, но ты точно мутантка!» (adebiportal.kz, 2020d). Выходит, Карлыгаш, еще не успев привезти в город вирус, стала называться мутанткой. В этом рассказе даже тараканы сначала заражаются вирусом от человека. «Вирусом он заразился от человека. От остатков еды, которые двуногие, поев, выбросили в мусорные баки» (adebiportal.kz, 2020f). Тем не менее Аскар Алтай считает, что сам вирус появился от змей и летучих мышей. По его мнению, змеи заглатывают летучих мышей целиком. Вот так между мертвыми и живыми тварями – животными – и возник вирус COVID-19.

Аскар Алтай считается зрелым писателем с устоявшимся стилем, у него есть свой читатель. Являясь опытным мастером подтекста, писатель, используя художественную аллегорию, умеет убедить читателя, склонить его на свою сторону. Тем не менее использование в новелле подтекста про вирус COVID-19, то есть гибель тараканов наряду с жителями большого города, неубедительно. Этому есть своя причина. Во время работы над «Вирусом-мутантом» он еще мало знал про эту опасную и коварную болезнь.

Прозаик Канат Абилькаир так и назвал свой рассказ – «Коронавирус». Сразу скажем: средства выразительности рассказа не блещут. Причина: нет имени героя, да и пол его не определен. Где служил, возраст, портрет тоже неизвестны. Поэтому сей опус трудно назвать художественным произведением. Место, где проживает герой, – город Алматы. Но несмотря на все огрехи, работу прозаика нельзя назвать пустышкой, не представляющей ценности. Врачи не отдали тело скончившего с собой героя родственникам, утверждая, что оно поражено коронавирусом. «Пришли родственники, чтобы забрать мои останки из морга, вон они стоят! А когда врачи сказали: “Анализ крови этого человека подтвердил его заражение коронавирусом. Вы не можете забрать тело”, – то я заметил, что они обрадовались» (malim.kz). Что касается героя, то этот человек сорок дней безвылазно просидел дома. Следовательно, он не имел возможности заразиться вирусом. В этом как раз и ценность этого короткого произведения. Свою мысль, что были случаи, когда незаболевших, здоровых людей регистрировали как заразившихся вирусом COVID-19, автор передает через состояние своего героя. «Однако, просидев дома взаперти сорок дней, чувствую, что внутренний недуг одиночества снова начал меня дожимать. Но на сей раз заглушить его дешевым развлечением, шутками и смехом мне не позволила совесть» (malim.kz, 2020).

Другую форму при раскрытии темы эпидемии использовал писатель Есболат Айдабосын. Его произведение под названием «Воронья потасовка» состоит из одиннадцати сегментов. Автор слово «сегмент» заменяет на «геотитр». В рассказе описано состояние человека, больного вирусом. «Наступила сильная потливость. Из его груди вырываются свистящие и хрипящие звуки, дышит он тяжело, задыхается» (qazaqadebieti.kz, 2020). Кроме того, из этого произведения можно узнать, что у человека,

попавшего в лапы вируса COVID-19, повышается температура, сильно болит голова, появляется ломота в суставах, склонность к бредовой болтовне, кошмарные сновидения. А в произведениях, которые мы разбирали выше, такого точного описания не было.

В этом рассказе у главной героини тоже нет имени-отчества. Безымянная героиня привозит болезнь в Казахстан из Малайзии. Вместе с тем она не в самолете нечаянно заразилась вирусом. Предав близкого друга, во время отпуска познакомилась с парнем-турком, от которого и заразилась вирусом. Потом она приезжает на родину и заражает своего близкого друга. От него болезнь переходит к его престарелому отцу. Героиня «за нарушение санитарных требований и нормативов гигиены, за отказ назвать имена тех людей, с которыми общалась накануне» была привлечена к суду и заплатила штраф в размере двух тысяч месячных расчетных показателей.

В казахской мифологии ворона – символ смерти. Эта птица всегда витает над падалью. Писатель в своем произведении учитывает ее близость к культовым ритуалам. Вместе с тем казахский народ чтит выросшее в одиночестве дерево. Назвав его святым деревом, казахи привязывают на его ветви кусок материи. Вот на такое святое дерево и садится стая ворон. А рядом с каждым днем растет кладбище. Могилы людей, погибших от коронавируса, посыпаются ядовитым порошком. На бугорки, под которыми лежат трупы, слетаются вороны и мрут. Одинокое дерево тоже начинает вянуть, сохнуть.

Есболат Айдабосын использует этот сюжет, чтобы донести до нас очень простую мысль: накрывшее все человечество бедствие влияет и на носителей других форм жизни, населяющих земной шар.

В произведении Куандыка Туменбая «Два этюда» нет героев, заразившихся вирусом и испытывающих мучения. Вместо этого автор показывает закрывшийся на карантин город и новый образ жизни людей. Здесь на первый план выдвинута этическая проблема. Действительно, разве карантин и этика не серьезная тема? Насколько придерживались ее стражи порядка, как вели себя в условиях эпидемии? Подчинились ли население распоряжениям властей, следовало ли предупреждениям патрулей, сумели ли полицейские сохранить культуру общения с гражданами? На такие вопросы автор и ищет ответы. «Город объявляем закрытым, а самолеты из других стран сажаем. А они, оказывается, дети неприкасаемых. А потом кричим, бьем тревогу: эпидемия проскочила!» (qazaqadebieti.kz, 2020).

В этом произведении поднимается и вопрос государственного языка в условиях карантина. Оно тоже было написано тогда, когда вирус еще не распространился, а карантинные меры только начинали внедряться. Как видно из названия, произведение состоит из двух этюдов. Первый называется «Музыкант, надевший намордник», а второй – «Еще одна «дама с собачкой». Автор признает, что название рассказа заимствовал у А. Чехова. Для ясности перед названием он добавляет словосочетание «Еще одна». В дни карантина неизвестные нацепили маску на памятник Шамши Калдаякова. Автор считает этот эпизод грубейшим нарушением этики. Он даже не может прийти в парк и снять эту маску. По той простой причине, что вход туда запрещен. Вот так Куандык Туменбай показывает читателям, как идет процесс переоценки ценностей.

2.3. В чем современные прозаики похожи друг на друга?

а) Культ вороны

То ли так повлияли труды, написанные на тему эпидемии, то ли авторы сознательно пошли по этому пути, но у них мы все больше обнаруживаем поразительное сходство деталей. Так, свою новеллу Аскар Алтай заканчивает следующим образом: «Кар-р-р! К-а-а-ар! К-о-о-ор! Донеслось приглушенное карканье тысячетней вороны» (qazaqadebieti.kz, 2020). В городе царит тишина. Эту тишину нарушает лишь ворона. И умирающему таракану напоследок слышится лишь воронье карканье. Есболат Айдабосын остается верен названию своего сочинения – «Воронья потасовка». В западной части кладбища на одинокое деревце усаживаются вороны. С них и начинается повествование автор. Словом, оба писателя делают культ вороны главным стержнем рассказа.

б) Мотив кары

Кстати, герой рассказа «Воронья потасовка» каждую пятницу навещает свою приятельницу. А люди считают, что он пошел на пятничную молитву. «По пятницам в полдневный час его авто сворачивает не направо, а налево. Когда народ склоняется в молитве, он совершает полное омоложение тела. Полагая, что он отбыл в мечеть, никто и не думал его искать» (qazaqadebieti.kz, 2020). Есть еще один герой, о котором народ думает, что он направляется в мечеть. А встречается он в рассказе Каната Абилькаира «Коронавирус». «Стоит мне, как обычно, направиться в сторону пивной, то все, обязательно столкнусь со своими друзьями-единоверцами, которые возвращаются из мечети. Тепло взглянув на меня, они молвят: «Пусть исполнятся ваши благие намерения. Помогите вам Аллах». И я, как заправский верующий, отвечаю радушно, войдя в роль истового мусульманина: «Аумин, аумин», – а ведь никто из моих единоверцев и не подозревает, что я спешу в сторону пивной, ох, не подозревает» (malim.kz, 2020b). Что примечательного в этом отрывке? Причиной уязвимости человечества перед этой эпидемией авторы считают безнаказанность, обвальная упадок богобоязни в людях. Эту мысль они подают вместе с мотивом неизбежного возмездия. То есть в казахской литературе мотив «эпидемия – кара» прочитывается особенно четко благодаря таким выразительным деталям.

в) Действия героинь-женщин

В произведении Есболата Айдабосына и Аскара Алтая вирус в Казахстан принесли героини-женщины. Обе женщины незамужние. И обе – интимные приятельницы мужчин. Одна работает стюардессой, а вторая владеет нотариальной конторой, то есть обе – неплохо зарабатывающие, состоятельные современные девушки. В рассказе «Воронья потасовка» есть даже такие строки: «Заразившаяся коронавирусом женщина категорически отказалась назвать имена тех людей, с которыми общалась накануне» (qazaqadebieti.kz, 2020a).

d) Таракан и сороконожка

В доме героя Аскара Алтая расхаживает одинокий таракан, который, уловив запах масла из соседнего дома, живо сворачивает в ту сторону. В доме у одиноко проживающей героини Есболата Айдабосына тоже есть сороконожка. «Разгладив поверхность дастархана, она взяла в руку и подняла было тарелку, чтобы смахнуть крохи в мусорное ведро, как, вальяжно ступая, оттуда вылезла сороконожка» (qazaqadebieti.kz, 2020b). Безымянная женщина-героиня, глядя на всполошившееся насекомое, вызывает скорую помощь.

2.4 Казахские стихи на тему COVID-19

2.4.1 Неизвестный враг

Если обратим внимание на легенды древних греков, то эпидемии представлены в них как ниспосланная богами суровая кара за произвол в управлении людьми, а также за тотальную безнравственность. На память приходит поэма Гомера «Илиада». Военный лагерь греков охвачен убийственной эпидемией. Аполлон, возмущившись поступком предводителя греков Агамемнона, насылает на лагерь чуму (Кун, 2012). Нетрудно понять, что древние воспринимали природные бедствия как послания богов, чтобы наказать людей или напомнить об ошибках и заставить сделать выводы. У Александра Сергеевича Пушкина есть трагедия «Пир во время чумы», написанная в 1830 году. Литературоведы отмечают, что произведение Пушкина напоминает фрагменты стихов шотландского поэта Джона Вильсона «Чумной город» (lenta.ru, 2020).

Прежде всего вкратце скажем о жанре поэмы, требующем от автора настоящего поэтического вдохновения. После объявления в Казахстане карантина Галым Жайлыбай написал поэму «Вопросительный знак». Она была опубликована на «Литературном портале» 23 марта 2020 года. Взглянув на дату написания поэмы, нетрудно определить, что в то время автор еще не мог наблюдать, как казахстанцы заражались вирусом, как болели и страдали от осложнений. В поэме писатель приводит описания, взятые из мифов, из четырех священных книг. Напоминает и о том, что человечеству пришлось немало испытать. В поэме гармонично сочетаются мотивы вины и наказания, то есть автор придерживается идеи, что эпидемия не что иное, как возмездие, которое Бог наслал на человечество. «Перед Создателем Ты – ничтожество... Ты это понимаешь?» (adebiportal.kz, 2020).

В казахском фольклоре описывается, как в старину отводили напасть и справлялись со вспыхнувшими эпидемиями. Это объект исследования магического фольклора. И автор пользуется этим приемом: «Сгинь, напасть, навеки дверь запри! И злое бедствие с собою заberi!» (adebiportal.kz, 2020a).

В то время как Галым Жайлыбай только начал писать эту поэму, другой поэт Исраил Сапарбай сложил стихотворение «Климат Алматы». И тут присутствует мотив беспомощности и вины. Говоря: «И смотрят, плача, звезды с небесной синевы», вконец измученный карантинном поэт рисует картину полной прострации в городе. Учитывая, что пространство для стиха – Алматы, время – период карантина, можно уловить настроение, беспомощность людей в этот момент.

Почти одновременно написанное стихотворение Акбергена Елгезека «Поклонение Господу» по форме и основному мотиву стоит особняком. В отличие от других поэтов у него нет мотива вины и кары. Он просит Всевышнего, умоляет спасти землю и природу, а также человека от стихии, эпидемии и мрака невежества. Стихи были написаны 28 марта 2020 года.

Поэт Олжас Отар свое стихотворение «О нуждах ближнего и своих подумаем же крепко» тоже пишет в форме прошения, умоляет Создателя: «Пошли планете всей немного тишины». Но Олжас, в отличие от Акберена Елгезека, все же вводит мотив возмездия за содеянное. Вместе с тем он предлагает такую идею: «Коль сможешь ветку благочестия в рост пустить, избавишься от опасности».

В стихотворении Толкын Кабылши «Узнала ль я великана с гору, с небо ростом?» звучит мысль о том, что ныне духовные начала проходят испытание. Автор считает, что пандемия распространилась по той причине, что милосердия в мире убавилось. Неудивительно, что в основу произведения поэтессы заложен тот же мотив, который мы находим у других поэтов – мотив возмездия. Этим и заканчиваются стихи:

*Колыбель земли ты сбереги,
О, Творец, прошу, ты нас прости.*

В стихах Алибека Шегебая мотива вины и наказания мы не обнаружили. Однако это не мешает ему изобразить вирус как нечто громадное, значительно большее, чем человечество. Поэтому, обращаясь к запертому в домах народу, он призывает сохранять выдержку. Успокаивая граждан, он шуточно завершает стихи следующими строками: «И всего-то ты лишь заперт дома, что ты сделаешь, коль выгонять начнут оттуда?» Они тоже написаны, когда ситуация с вирусом была еще относительно спокойная.

Созвучно с идеей Алибека Шегебая и точно в такой же тональности написано стихотворение Аскара Дуйсенбина «Оставайся дома». Поэт в стихах говорит о том, что только тот, кто сидит дома во время карантина, может спасти себя, своих близких, народ и Родину.

Свои чувства во время карантина Тыныштыкбек Абдикакимулы выражает в стихах, которые назвал «Тридцать седьмой день карантина». Он пишет о крайней усталости от серых однообразных будней, когда легкие давно не вдыхали свежего воздуха. Из всех стихов, написанных про карантинные переживания, в этом стихотворении присутствует самая выразительная поэтика. Например, мысль о том, что он давно не дышал чистым воздухом, автор представляет в такой форме:

*Болтовню ветерка не слыша, все томится
Пара легких моих бедовых.*

Прочли мы и стихи Жанкелды Немеребаева, в которых он раскрывает свое состояние вирусной поры, а стихи назвал: «И в этот год зацвели земля и небо». Однако самовыражается автор, не удивляя нас какой-то особенной формой или поэтическим приемом. К стихотворению больше подходит такое определение: публицистический материал, написанный в стихотворной форме. Главное, в нем выражено пожелание: дожить бы

до того дня, когда можно будет радостно воскликнуть: «Самый последний больной выписался, излечившись».

2.4.2 Поэтические отклики на тему фейерверков

Мы убедились, что поэзия периода карантина в большинстве своем состоит из покаяний и обращений к Господу, главный ее мотив – кара, возмездие. Стало быть, при первом упоминании карантина в казахской поэзии мы вспомним эти самые мотивы. И все же наши наблюдения хочется пополнить еще одной заметной особенностью. Шестого июля 2020 года в Казахстане был запущен фейерверк. Именно тогда, когда почти в каждом доме казахстанцев были люди, заболевшие COVID-19. Каждый день в последних известиях оглашались скорбные соболезнования в связи с кончиной от коронавируса. Граждане Казахстана надеялись, что в 2020 году традиционный День столицы праздноваться не будет. Однако этот день, как и в прежние годы, был отмечен в Нур-Султане красочным вечерним фейерверком. Вместе с тем это был день, когда Елбасы Нурсултану Назарбаеву исполнилось 80 лет. Народ, переживающий траур, выразил свое негодование по поводу проведения фейерверка. И тогда поэты сразу отреагировали на это событие, намного раньше, чем прозаики. До этого дня нам еще не приходилось читать прозаического произведения о фейерверке 2020 года. За неполный день один лишь жанр литературы поведал миру о народном возмущении и скорби. Стихи казахских поэтов, опубликованные после начала пандемии, мы рассматриваем как созданные до фейерверка (испуганное восприятие, описание защитных мер от вируса, вознесение мольбы к Создателю) и после фейерверка (озлобленное восприятие, траурная обстановка, желание излить сокровенное духу покойного).

Вот стихи поэта Бахыта Беделхана:

*А в столице стоит сорокоградусная жара
И повод острый, как стекло, осколок тоже острый.
Огонь взъярился (вокруг все пробует на вкус) ...
И все вокруг исплевано им.*

Когда люди бредят от жара, власть развлекается, пускает в небо фейерверки... «Как такое возможно?» – недоумевает поэт и все свое негодование выплескивает в стихах.

Поэтическая выразительность и правдивость стихов этой поры оставляет благоприятное впечатление. Они правдивы, потому что в это время, как мы ранее отмечали, народ уже осознал всю опасность вируса. На кладбищах свежих бугорков стало заметно больше. В одном доме только вчера похоронили близкого, а в другом ждут вестей из больницы, в третьем смятение – к тяжело больному человеку никак не приезжает скорая помощь, а там целая группа людей стоит перед аптекой в очереди за лекарством. И как погруженные в такие заботы, разбитые и отчаявшиеся люди должны воспринимать огни фейерверка?

Поэт Ахан Маргулан свои стихи назвал «7-40-2030». Семь, как мы отмечали выше, июль месяц, когда Казахстан празднует День столицы, 40 – температура тела людей в тот период и гневная досада, горькое

напоминание, что не проведены сорокадневные поминки по умершим, 2030 – стратегия «Казахстан-2030», принятая Нурсултаном Назарбаевым 1 октября 1997 года, то есть стратегическая программа, посвященная возрождению народа на срок до 2030 года. Но строго говоря, этой теме не так уж много строк посвятили наши поэты. Так, стихотворение Бахыта Беделхана состоит только из одной строфы. Ахан Маргулан вместил все, что хотел сказать в пять строк.

Наша Родина – в кладбищах, их осеняют духи предков,

Ваша Родина – лишь в набитых деньгами сейфах.

Наша Родина – во встревоженных мечтами Сердцах,

Ваша Родина – в фальшиво улыбающихся лицах (abai.kz, 2020).

Это стихотворение Светкали Нуржана («Две Родины») было написано в ту же ночь. В нем автор в стихотворной форме раскрывает, чем отличается понятие Родины в фантазии неназванного героя (чиновника, может быть и Елбасы) от глубинного понимания слова «Родина» в сознании народа. И в конце этого сопоставления автор слагает следующие строки: «Наша Родина – оставшаяся без хлеба, честь продавшая. И в подштанники девиц упавшая» (abai.kz, 2020a). Такова колоссальная разница между народным понятием Родины и надуманным понятием властных структур.

Также и другие поэты – Макпал Жумабай в трех строфах, Асылзат Арыстанбек в пяти, Есей Женисулы в шести, Танакоз Толкынкызы в трех строфах – сумели выразить свои мысли, протест и несогласие с произволом.

Идея Танакоз Толкынкызы по мысли созвучна с идеей Светкали Нуржана. Она с горечью заявляет: «И народа нет. Нету Родины. Нет верблюда-мерина, кто народ возглавить может!» (abai.kz, 2020). Но у Танакоза есть то, чего нет у других – мотива святыни (кие) и греха (обал). «Те, кто празднует, пуская фейерверк, не играйте с огнем! За слезы придется платить, И в аду огонь найдется!» (abai.kz, 2020a)

В казахской мифологии огню придается особое значение. В прошлом этого народа были времена, когда процветал культ огня. У народа, который считает, что огонь – это посланец солнца на земле, есть запрет: «Не играй с огнем». Танакоз Толкынкызы, будто задавшись целью возродить древнее почитание огня, свое неприятие того, что в День столицы власти дерзнули «пошутить с огнем», вмещает в два концентрированных выражения. Где те толковые люди, которые смогут встать во главе беспомощного, попавшего в лапы эпидемии народа? Такова ее завершающая мысль.

В 2020 году накануне 80-летнего юбилея бывшему президенту Нурсултану Назарбаеву был установлен медный памятник (azattyq.org). Казахстан свой День столицы тоже отмечает в день рождения Назарбаева. И фейерверком отметили это же мероприятие. Поэтому в стихах поэта Есея Женисулы на тему эпидемии фигурирует образ медного памятника. Организацию такого празднества в Казахстане тогда, когда «легкие всего земного шара обожжены» он считает «нелепыми действиями слабоумного человека». А тех, кто пытается разбогатеть, стараясь подороже продать лекарства задыхающимся больным, поэт уподобляет бесам, устроившим пляски на могилах.

*Будто на могилах пляшет бесов тьма,
Фейерверку твоему, Казахстан, нет конца... (abai.kz, 2020)*

Макпал Жумабай тоже назвала свои стихи «Фейерверк. 06.07.2020». Поэтесса говорит о том, что угольки запущенного в тот день фейерверка упали в сердца людей, обожгли их, а голоса тех, кто заболел от обжигающих криков, никто не расслышал.

*В независимой стране зависимы люди,
От крошки ядовитого лекарства... (tilshi.kz, 2020)*

Прочитав такие строки Асылзат Арыстанбек, мы невольно вспоминаем рассказ Эдгара По «Маска Красной Смерти». Те, кто праздновал День столицы, поступили так же, как принц Просперо, который, невзирая на эпидемию, устроил в своем замке пышный карнавал:

*И от нас вдалеке при закрытых дверях
Праздник празднует власть до сих пор.
На могилы она не поставит и камня
Тем, кто построил памятник живым (tilshi.kz, 2020a).*

Эдгар По написал «Маску Красной Смерти» в 1842 году. Между этим произведением и стихами Асылзат Арыстанбек лежит временной отрезок в два века, точнее сказать, 178 лет. Вопрос: в какой же стране эта литературная коллизия, эта идея снова привлечет внимание творцов еще через 178 лет? Неужели за два века духовный мир человека не станет лучше и чище? Углубившись в художественное пространство мировой литературы и современной казахской словесности, можно отметить одно: эпидемия не меняет сущности человека. Это бедствие – лишь зеркало, в котором отражается наша суть, показатель запаса человеческих достоинств, на которые можно рассчитывать в критические моменты жизни. Сопоставляя творения казахского поэта и американского классика, невольно приходишь к таким выводам.

Заключение

Любое событие в общественной жизни обычно становится объектом казахской литературы, первой на него реагирует поэзия по той простой причине, что казахский народ именно поэтическим творениям придает особое значение. И это вполне объяснимо. Поскольку письменная литературная традиция зародилась у нас с большим запозданием, то сама система художественного мышления в народе формировалась на ритмической и рифмической основе. Известно, что ритм и рифма быстрее запоминаются и остаются памяти человека. В пример можно привести поэзию народных сказителей (жырау) или отрывки из эпоса (батырлар жыры). Стоит только вспомнить стихи одного из последних представителей народной поэзии певца кочевой цивилизации Жамбыла Жабаева, как мы сразу определим место поэзии в казахской литературе. Вспомним, прозы на тему военных лет тоже было написано немало, однако всем запомнились мгновенно ставшие популярными стихи

Жамбыла «Ленинградцы – дети мои», потому что произведение написано в стихотворной форме. Но сравнивая между собой литературную продукцию дней «короны», мы обнаружили, что эта система нарушена. Если говорить точнее, в начальный период эпидемии стихотворных произведений в общей массе художественной литературы было совсем немного. В то время любители казахской литературы уже читали и обсуждали прозаические новинки. В первую же неделю карантина была опубликована новелла Аскара Алтая, затем напечатано произведение Есболата Айдабосына. Однако, как было отмечено выше, мы заметили, что прозаики не были готовы к этой теме, было допущено много наивных ошибок. Если их конкретно перечислить, то получится такая картина:



Не в одном, а сразу в двух прозаических произведениях инфекция COVID-19 была доставлена в Казахстан героиней-женщиной из заграницы. Так, раскрепощенные женщины стали причиной полного уничтожения целой нации. Авторы рисуют их героинями, которые, будучи женщинами легкого поведения, озабочены лишь валютой и часто выезжают погулять за границу.

Что касается поэтических произведений, то само их появление в обсуждаемое время – довольно занимательная история. Почти как грибы после дождя масса стихотворений появилась сразу после июльской ночи фейерверка. Не менее 80 % тех стихов, что были взяты нами на анализ, были созданы после шестого июля, когда в городе Нур-Султане зажгли фейерверк. Так, поэзию периода коронавируса мы, следуя научным принципам, рассматривали, разделив на два периода:

1. стихи, написанные до фейерверка;
2. стихи, написанные после фейерверка.

Надо сказать, количество произведений, написанных в жанре поэзии, не отреагировавшей сразу в начале эпидемии, после Дня столицы (06.07.2020) увеличилось в несколько раз по сравнению с прозой. Однако мы должны учитывать, что до того, как возникла тема COVID-19, в современной

казахской литературе число поэтов превышало число авторов-прозаиков. Не скрою, вызывает недоумение то, что наши поэты, которых заметно больше, чем прозаиков, дружно молчали, когда эпидемия расплзлась по всей стране и начался карантин. Ведь, в отличие от прозы, стихотворную вещь предложить не так трудно. Из этого можно заключить, что авторы-поэты не торопятся взять в руки перо, пока не столкнутся с событием лицом к лицу, не увидят его воочию, не прочувствуют ситуацию.

Например, в написанной до проведения фейерверка поэме Галыма Жайлыбая говорится о бедствиях, настигших человечество в разные эпохи. Раскрывается тема человеческой незащитности, возмездия Всевышнего. Мотив кары, обращение к Богу, предупреждение людей о неотвратимости наказания – все это характерно для стихов, написанных до проведения фейерверка.

А в стихах, написанных после проведения фейерверка, преобладает лиризм. На передний план выступает тема прощания авторов с близкими и родными, а также их стремление высказать власть имущим свои обиды и горькие претензии.

Хотя названные выше произведения мы рассмотрели отдельно как литературу коронавирусных дней, авторы сделали основной идеей своих произведений хорошо известные мотивы греха и благодеяния, святости и вины. Произведения объединила идея о том, что в период, когда воцаряется произвол и между беспомощным и сильным образуется бездна, такая природная катастрофа, ниспосланная Всевышним, – явление закономерное.

Список использованной литературы:

1. Камю, Альбер (2011). Оба. Ақтаев С (ауд.) Астана: Аударма баспасы.
2. Әуезов, Мұхтар (2014). Абай жолы. Massaget.kz, 8 шілде, <https://massaget.kz/laufstay/debiet/proza/19737/> Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
3. Әуезов, Мұхтар (сайтқа салынған күні белгісіз) Қорғансыздың күні. Kitar.kz Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
5. Алтай, Асқар (2020). Вирус-мутант. Adebiportal.kz, 7 сәуір, <https://adebiportal.kz/kz/news/view/22637> Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
6. Coronavirus2020.kz, (2020). Вирус қалай беріледі? coronavirus2020.kz, 9 қыркүйек, <https://www.coronavirus2020.kz/kz/news>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
7. Әбілқайыр, Қанат (2020). Коронавирус. Malim.kz, 28 сәуір, <https://malim.kz/3118/>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
8. Айдабосын, Есболат (2020). Қарға қырылған. Қазақ әдебиеті, 15 сәуір, <https://qazaqadebiyeti.kz/24318/esbolat-ajdabosyn-ar-a-uryl-an>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
9. Төменбай, Қуандық (2020). Екі этюд. qazaqadebiyeti.kz. (20.12.2020)
10. Жайлыбай, Ғалым (2020). Сұрақ белгісі. Adebiportal.kz, 4 сәуір, https://adebiportal.kz/kz/news/view/galim_zhailibai_surak_belgisi_22631. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
11. Қалмұрат, Аян (2020). Елордада туған күн, біздің жақта жаназа. Azattyq.org, 7 шілде, <https://www.azattyq.org/a/capital-city-day-fireworks-and-coronavirus/30711129.html>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
12. Жеңісұлы, Есей (2020). Ескерткішің бар енді таза мыстан. Abai.kz, 7 шілде, <https://abai.kz/post/116019>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
13. Арыстанбек, Асылзат (2020). Мәйіттің үстінде мереке-думан. Tilshi.kz, 11 шілде, <http://tilshi.kz/archives/15881>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
14. Нұржан, Светқали (2020). Екі Отан. Abai.kz, 26 шілде, <https://abai.kz/post/46109>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
15. Иманғазинов, Мұратбек (2008). Антика әдебиеті, Алматы: Қазақ университеті баспасы.
16. Толқынқызы, Танакөз (2020а). Отшашу. Abai.kz, 7 шілде, <https://abai.kz/post/116019>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
17. Қабылша, Толқын (2020). Қандай ғажап сенің барың әлемде. Егемен Қазақстан, 6 сәуір, <https://egemen.kz/article/227969-tolqyn-qabylysha-qanday-ghadgar-seninh-barynh-alemde>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
18. Сапарбай, Исраиыл (2020). Алматының ахуалы. Qazdauiri.kz, 25 наурыз, <https://qazdauiri.kz/archives/17697>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
19. Елгезек, Ақберен (2020). Мінажат. Егемен Қазақстан, 30 наурыз. <https://egemen.kz/article/226488-koronavirus-turaly-aqyndar-dgazghan-olenhder>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
20. Жұмабай, Мақпал (2020). Отшашудан сенің даусың естілмейді. Malim.kz, 7 шілде, <https://malim.kz/5365/>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.
21. Отар, Олжас (2020а). Қамын ойла өзгенің, өзіңнің де. Егемен Қазақстан, 30 наурыз, <https://egemen.kz/article/226488-koronavirus-turaly-aqyndar-dgazghan-olenhder>. Соңғы қаралған күні: 20.12.2020.

КОРОНАВИРУС... КЕТ! КЕТ! КЕТ!

Молдияр Ергебеков

«Музыка существовала бы, даже
если бы не было мира вообще»

Артур Шопенгауэр

Музыка тем лучше, чем глубже она отражает острые социальные проблемы и призывает к переменам с помощью закодированного языка страданий. Музыка не взирает на общество беспомощно испуганными глазами. Она в силах выполнить возложенную на нее социальную функцию и поднимать социальные проблемы, если будет звучать посредством свойственного музыке материала и соответственно своим законам формы.

Теодор Визенгрунд Адорно (Adorno, 1978: 130)

Посвящаю выдающимся деятелям музыки, которых мы потеряли из-за пандемии COVID-19 – Кенесу Дуйсекееву, Мурату Иргалиеву, Ескендиру Хасангалиеву.

Введение

Любое общество создает художественные произведения соответственно своему эстетическому мировоззрению и восприятию. Музыка занимает важное место в искусстве, потому что ее безграничность основывается на мелодии и слове одновременно. Это позволяет создавать произведения различной формы в любой момент и в любом направлении.

Творческие люди, как члены общества, передают в своих работах коллективный настрой социума, частью которого они являются. Поэтому произведение, рожденное из идеи своего творца, отражает не только его мысли, но и описывает чувства окружающих его людей.

Музыка сильнее, чем другие сферы искусства находится в тесной связи с социальной структурой. Она проникла во все сферы человеческой деятельности. Но несмотря на эту особенность музыка все еще полна тайн и загадок (Nussbaum, 2007). Музыка - это не только средство развлечения и вид искусства, но также и неотъемлемая часть радио, телевидения, кино и видео, смартфона и любых других средств массовой информации.

С одной стороны музыка образует связь с обществом посредством культурных и эстетических шаблонов, с другой стороны – с помощью

медиапродуктов. По этой причине музыкальное творчество, созданное и воспринятое на каждой ступени социума, дает информацию о современных людях и обществе. С помощью слов и мелодии песни могут описать все сферы жизни, в том числе актуальные проблемы и даже борьбу за выживание. Музыка также является информатором социально-психологического состояния общества.

Это направление искусства, возникшее из мифических сказаний, подобно биографу, который изучает космос и хаос, жизнь и смерть, бытие и небытие, и представляет их в своей интерпретации. В такой биографической структуре особое значение имеют проблемы здорового образа жизни, борьбы за выживание, жизни и смерти человека, и общества, в котором он живет. Как указано в уставе Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), здоровый образ жизни – это не только отсутствие болезней и физических дефектов, это также состояние полного духовного, ментального и социального благополучия (WHO).

Новый вид коронавирусной инфекции COVID-19, унесший жизни около 2 миллионов людей, показал несовершенство систем здравоохранения во всех странах. Все оказались не готовы к эпидемии: нехватка коек в больницах, переполненные реанимации, дефицит медицинского оборудования привели к краху. Это сопровождалось повсеместным распространением неизвестности, вечного спутника подобных кризисных периодов. Обнажились конфликты, о которых до этого момента забывали или умалчивали.

Первая из этих проблем связана с социальным неравенством: «чье право на жизнь выше остальных» или «чье качество жизни важнее права на жизнь других людей» (Çoker, 2020: 18). Вторая проблема – коррупция, для которой пандемия оказалась благодатной почвой. Через призму «коронакризиса» стало очевидно, как сильно коррупция может ударить по социальному благосостоянию. Третья проблема – беспечность членов общества, которые не следовали предписаниям врачей (носить маски, мыть руки, соблюдать социальную дистанцию и самоизоляцию), тем самым подвергая опасности себя и окружающих. Государства ввели строгий карантин, чтобы обезопасить своих граждан, но COVID-19 все широко распространялся. Этому способствовали факторы, зависящие от культуры общества. К примеру, в Казахстане традиции проводить тои, лично посещать поминки и похороны и выражать соболезнования оказались сильнее обязательства по самоизоляции. С распространением COVID-19 по всему миру, правительства, которые почувствовали угрозу эпидемии, предприняли меры по ее предотвращению, требуя от общества соблюдения определенных требований. Такие меры были приняты и в Казахстане. Казахстанское общество реагировало по-разному: от осознания опасности вируса до пренебрежения им; от переживаний о предстоящем социальном кризисе до понимания данной ситуации как наказания Бога; от критики отношения к окружающей среде до критики духовной деградации человечества. Эти реакции наблюдались на разных уровнях, в разной форме. Музыка стала одним из способов выражения этой реакции.

В данном исследовании рассматриваются музыкальные произведения, появившиеся в период пандемии COVID-19, описывающие некоторые эмоции казахстанцев. В этот период были отменены все концерты и фестивали, основной площадкой для музыкальных мероприятий стали социальные медиаплатформы. Профессионалы и музыканты-любители

создавали новые произведения, иногда на старые мелодии накладывались новые, более актуальные тексты. Некоторые забытые песни снова обрели популярность в новой реальности. Выступления звезд со сцен перенеслись на различные медиапорталы, например, YouTube. Появившиеся во время локдауна в странах Запада концерты на балконах обрели популярность и в Казахстане.

Эта ситуация показывает, что музыка стала одним из основных способов коммуникации во время пандемии COVID-19. В этом исследовании я использую метод, который применили в своих работах о COVID-19 в нидерландской музыке Джулиан Шаап, Фемке Вандерберг, Михаел Бергхман (Schaap, Vandenberg & Berghman, 2020). То есть, я рассматриваю музыку не только как эстетический, но и, а может быть и в основном, как социальный опыт. Главным вопросом этого исследования является: какую социальную роль сыграла музыка, когда общество постиг коллективный кризис? Ниже представлены вопросы, ответы на которые мы также намерены найти:

1. какую роль сыграла музыка в Казахстане в период пандемии?
2. как повлияли вышеупомянутые ответные реакции на музыку?
3. как сложились отношения между представителями музыки и властью?
4. как пандемия сказалась на музыкальной индустрии Казахстана?

Для начала поговорим о влиянии пандемии COVID-19 на индустрию музыки в Казахстане.

Музыка как общий объект социологии музыки и исследований сферы коммуникации

Социология музыки изучает многомерные и многозначимые взаимоотношения музыки и общества. Она исследует социальный компонент музыки, то есть фрагментальные и динамические культурные особенности, включающие в себя связи с политикой, религией, экономикой, идентичностью, сексуальностью и повседневной жизненной деятельностью. Таким образом, появляется возможность понимания того, как музыка формируется под влиянием каких-либо социальных событий и становится произведением или продуктом, а также как это произведение описывает или анализирует социальное событие, ставшее толчком к его появлению (Güven & Ergur, 2014: 7).

Однако между искусством и социологией есть некоторая отдаленность и напряженность. Творческих людей и их публику беспокоит позиция социологов все и вся анализирующих, способных разом «спустить с неба на землю». Анализ искусства как социального опыта воспринимается ими как инструмент, портящий эстетическое удовольствие. Потому что композиторам, поэтам, исполнителям и их поклонникам хочется лишь отвлечься от суеты бренного мира и послушать приятную мелодию, им незначим вникать в социальный контекст музыки. Для многих музыкантов, музыковедов и меломанов социология музыки интересна, местами убедительна, но все же бесполезна. По их мнению, социология музыки не только не помогает лучше понять и прочувствовать музыку, но и сводит

на нет удовольствие, возникающее из «иррационального» момента ее рождения или прослушивания. По мнению некоторых, эта «ненужная» дисциплина имеет деструктивный характер. Потому что она уравнивает великое, даже «священное» творчество с более низким уровнем труда. Для сторонников такого мнения социология музыки – это синоним «неуважения» к искусству (Ayas, 2015: 17).

Социология музыки задает вопросы о производстве музыки, репрезентации, восприятии и потреблении, ее политической экономии, общественном пользовании и функциях, тем самым вызывая неприятие у музыкантов и музыковедов. Такое отношение подпитывает применение принципов теории и методов изучения из сферы социальных наук. Другими словами, самая важная особенность социологии музыки, вызывающая беспокойство у институциональной системы мира музыки – раскрытие социального контекста сформировавшихся эстетических ценностей, а через это обсуждение сакральных аспектов этих ценностей. Один из основоположников социологии музыки Эмиль Дюркгейм называет это размыванием границы между «святым» и профаном (Durkheim, 2005). В своем труде «Проблемы социологии» (*Questions de sociologie*) Пьер Бурдьё винит в прохладных отношениях социологии и искусства «творчество и творческих людей, имеющих аллергию на критику всего, что с ними связано». По его мнению, мир искусства превратился в мир веры. Обитатели этого мира верят только в гения и неповторимость. Их пугают попытки социологов понять и объяснить произведение и его автора. Потому что в их представлении ученый хочет убрать людей искусства из самого искусства, наподобие Вольтера, убравшего королей из истории (Bourdieu, 1993: 139). Поэтому социология, как беспокоящая наука, вызывает дискомфорт у тех, кто убегает от возникающего бремени ответственности и молится на башню искусства из слоновой кости (Bourdieu, 1993: 8). А между тем причина, по которой люди искусства и публика стремятся занять место в этой башне, тоже имеет свои социологические особенности.

Вопросы социологии музыки нацелены на глубокое понимание этого феномена: какой жанр предпочитает слушать определенный слой общества, класс, этнос, пол? Или в какой форме чаще проводят в определенном районе города и в чем причина этого? А также какими методами, произведения, каких жанров, каких авторов представляет на рынок музыкальная индустрия? Ответы на подобные вопросы открывают социологическую макроперспективу, охватывающую такие понятия, как урбанизация, капитализм, миграция, социальная стратификация. В свою очередь микросоциологическую перспективу, охватывающую личные отношения с определенными членами общества, с помощью социологических методов символической интеракции и драматургического принципа помогают обозначить, например, следующие вопросы: какое влияние оказывают социальные взаимоотношения на музыкальный вкус и предпочтения; каков уровень интерактивности на концерте между музыкантом и аудиторией; какова роль музыки в выборе общественного/социального статуса при переходе из подросткового возраста в совершеннолетие? (Güven & Ergur, 2014: 7).

Несмотря на одновременность истории музыки и истории человечества, социальное изучение музыки началось лишь вместе с зарождением социологии, в частности, с трудов Макса Вебера. Немецкий социолог и философ исследовал ее с двух ракурсов. Первый – музыка

рассматривалась как артефакт процесса исторической рационализации, ставшей толчком к развитию капитализма на Западе. Второй – музыка как глубокая и содержательная часть культуры общества (Turley, 2001: 635). Этому посвящено одно из значимых исследований в сфере социологии музыки, увидевшее свет в 1921 году, после смерти автора, «Рациональные и социологические основы музыки» (Die rationalen und soziologischen Grundlagentender Musik). Рационализация – универсальный исторический процесс, занимающий центральное место в трудах Вебера. Он пытался найти рациональное зерно на «иррациональной» арене культуры. Таким был его подход в изучении развития западной музыки. Теория Вебера гласит, что в ходе процесса перехода от древней музыки к современной, мистические и «иррациональные» качества искусства исчезали, уступая место рациональным. Вебер рассматривал музыку с исторической точки зрения, с самых истоков до современности, уделяя особое внимание развитию гармонии аккордов на Западе (Вебер, 1994: 469–550).

Однако социология музыки Вебера была признана благодаря трудам немецкого философа, активного члена франкфуртской школы Теодора Визенгрунда Адорно, взгляды которого сформировались под влиянием работ Вебера (Yergebekov, 2011: 497–524). Адорно утверждал, что ключ к искусству во всех его проявлениях – это его техника (Adorno, 1964: 135). Отношение Адорно к проблеме с технической стороны соответствует характеристике Вебера «историк и социолог искусства», который должен прежде всего изучать технические особенности проблемы. Таким образом, можно найти ответ на то, почему история эмпирического искусства пошла именно по этому пути, какая совокупность технических, социальных и религиозных факторов повлияла на формирование того или иного стиля (Гайденко, 1976: 31).

Вебер считал, что понятие «развитие» возможно отнести только к технической стороне искусства, потому что эмпирические исследования в основном связаны лишь с техническими особенностями. Вебер верил, что искусство не могло развиваться в эстетическом русле. Для него техническое развитие – очень важный феномен, потому что технический прогресс влияет на художественный вкус, охватывает все считающиеся эмпирическими особенностями и заметно выделяется в последовательности художественного развития (Гайденко, 1976: 30).

Хотя внимание Адорно тоже было направлено на формальную технику, он был намного ближе к музыкальной сфере. Если Вебер считал, что только полифоническая музыка достойна развитого общества, то Адорно, несмотря на то, что она является сложной для восприятия даже для историков искусства и музыковедов, восхищался новой музыкой за ее способность показывать путь развитию общества. Таким образом, понятие рационализма у Адорно не выстраивается из специфических музыкальных материалов, как у Вебера. Для него важно воздействие на общество и влияние на формирование органики (Yergebekov, 2011).

Для нашего исследования важна социология музыки Адорно, в частности, понятие «индустрия культуры» и критика популярной музыки. Адорно и Макс Хоркхаймер использовали введенное ими в обращение понятие «индустрия культуры» в их совместном труде 1947 года «Диалектика просвещения». Данным понятием они заменили дискурс «культура толпы», широко использовавшегося их предшественниками и современниками. Была и задача описать, что не толпа порождает

современную культуру, а наоборот – это производственный цикл для толпы. Адорно описывает это следующим образом:

Практика индустрии культуры мотивирована извлечением прибыли, а это напрямую выливается в форму культуры. Эти формы, представленные на рынке как товар, но даже в те времена стремление заработать было косвенным и не искажало автономность произведения. Новая тенденция в индустрии культуры – прямое и открытое преобладание точных и тщательных расчетов прибыльности его самых типовых продуктов. Типовое культурное естество индустрии культуры не просто товар по сравнению с другими особенностями, он целиком и полностью превратился в товар» (Adorno, 1975: 13).

Понятие Адорно об индустрии культуры подходит и для понимания современной культуры. Можно сказать, что в современной культуре не осталось сферы, которая бы не пришла к консенсусу с индустрией культуры, то есть с индустрией, производящей культуру как товар. Со времен Адорно индустрия культуры значительно расширилась благодаря развитым техническим инструментам и новым культурным формам, а также вобрала в себя все направления и жанры. Как может быть хорошей музыка, ставшая кормом для индустрии культуры? На этот вопрос Адорно отвечает, делая упор на формальный язык музыкальной культуры, музыкальный материал и ее формы, то есть, технические особенности музыки:

Музыка тем лучше, чем глубже она отражает острые социальные проблемы и призывает к переменам с помощью закодированного языка страданий. Музыка не взирает на общество беспомощно испуганными глазами. Она в силах выполнить возложенную на нее социальную функцию и поднимать социальные проблемы, если будет звучать посредством свойственного музыке материала и соответственно своим законам формы (Adorno, 1978: 130).

По мнению Адорно, музыка, произведенная с подачи индустрии культуры, формирует у людей привычку пассивного слушания. В особенности эта его критика касается популярной музыки, полностью попавшей под влияние индустрии культуры. В результате пассивного слушания ни один человек не вникает глубоко в популярную музыку, не пытается понять связь между элементами этой музыки, не может сформировать независимое критическое мнение. Музыка превращается в фон, обеспечивающий дальнейшее неизменное продолжение жизни. Популярная музыка «вырывает из рук слушателя его естественность и обеспечивает формирование условного рефлекса» (Adorno, 2009).

По этому вопросу Адорно вступил в диспут с еще одним представителем франкфуртской школы Вальтером Беньямином. В своей статье «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit) Беньямин высказал аргументы против размышлений Адорно касательно индустрии культуры. Беньямин указал, что индустрия культуры сняла с произведений искусства ауру святости, обеспечила их доступность для широких масс и демократизировала искусство. По его мнению, техническое воспроизведение произведений искусства – это новый феномен. Воспроизведение через фотографию или пластинку

помогает донести творение до всего сообщества слушателей или зрителей. Таким образом, возникает возможность послушать у себя дома пение хора, который выступает в концертном зале (Benjamin, 2007). Даже если индустрия культуры превращает культуру в «культуру толпы» (Адорно), она не превращает культуру потребления в потребление толпой (Беньямин). Другими словами, если Адорно привязывает смысл к методу производства (*mode of production*), то есть метод обработки произведения формирует его потребление и важность, то Беньямин считает, что смысл возникает во время потребления, и его значимость формируется в ходе потребления независимо от режима производства (см., Storey, 2018: 73–74). Одним словом, вследствие уничтожения ауры святости расшатываются традиции создания произведения искусства и авторитет творения. Эта ситуация дает массам новые возможности. Таким образом, Беньямин значительно повлиял на позитивное и нейтральное отношение к поп-культуре.

Труды Эмиля Дюркгейма также помогут сформировать теоретические основы нашего исследования. Дюркгейм – один из основоположников науки социологии. По его утверждению, самое основное условие для существования общества – понятие магии, чудес, сокрытых где-то в глубине повседневного бытия. Мыслитель считал, что превращение группы определенных людей в одно общество не ограничивается одним лишь их количественным фактором: важно наличие общих поверий и понятий. Эта нацеленность на определенную общественную идею и совместный труд позволяют сформировать общество и обеспечить в нем стабильность. Конечно, в процессе эволюции от общины охотников-собирателей до сложного индустриального общества общие ценности и цели трансформируются. Но в корне всего этого обязательно должна быть общая вера. Чувство единой веры сначала формируется из уверенности общества в самом себе. Дюркгейм называет это массовым сознанием. Таким образом, создается не просто группа индивидов, а несколько иное общественное бытие. Жизнь в таком обществе поддерживает глубоко заложенную сакральность. Здесь стоит отметить, что понятие сакральности не подходит к понятию религии, ставшей институтом. По мнению Дюркгейма, превращение религии в институт, глубина структурного состояния показывают, что массовое сознание превратилось в канон и наполовину бюрократизировалось, и больше ничего. Он продвигает идею о том, что сакральность, что лежит в основе простейшего и даже скучного институционализма общественной жизни, заметна лишь в особых моментах, что ситуации, которые активизируют ритуалы и общие поверья и понятия, вызывают в обществе возбуждение и экстаз. Он подчеркивает, что есть как положительные ритуалы (например, болельщики выражают радостные эмоции по поводу победы их клуба), так и отрицательные (к примеру, проявление внутри группы людей вражды на расовой основе). Таковы краткие, но яркие проявления массового сознания. Любое возбуждение и экстаз требуют каталитического воздействия музыки. Сакральность или ее возрождение в любой форме влияют на все виды искусства, особенно на музыку. Музыка – важный инструмент доступа к массовому сознанию и его ощущения. Также это чудодейственный фактор в процессе поиска людьми смысла жизни. Потому что только когда жизнь и ее элементы способны удивить нас своим чудом, они могут объединить импульсы частной и социальной жизни (Ergur, 2018).

Одну из важных теоретических основ в изучении связи между музыкой и обществом сформировали представители школы Бирмингема.

Школа Бирмингема оказывала влияние на исследования культуры Запада с конца 1950-х годов и выдала крайне важные труды под воздействием мировоззрения Антонио Грамши и Вальтера Беньямина, особенно в аспекте анализа поп-культуры.

По мнению Грамши, господствующий класс опирается не только на силу. Управляя идеями, он опирается и на согласие самого общества. Грамши объясняет вопрос управления идеями посредством понятия гегемонии. Обладать гегемонией очень важно, а это требует достижения согласия в любой сфере жизни. Но там, где есть попытки установления гегемонии, есть и попытки противодействия ей. Зависимые классы борются с гегемонией во всех сферах и на содержание, установленное господствующим классом, противопоставляют собственное содержание. По мнению Беньямина, тоталитарные особенности индустрии культуры, которую порицал Адорно, не вечны. Во многих случаях они даже обладают демократизирующими особенностями. Поэтому вполне возможно, что капитализм, демократизировав сферу культуры, сформирует для народных масс новые направления и площадки для борьбы против гегемонии, как надеялись на то Грамши и Беньямин (Ayas, 2015: 168).

Демократический потенциал индустрии культуры с помощью Бирмингемской школы занял центральное место в диспуте о поп-музыке. Толпа, описанная в теориях культуры толпы как пассивная и однородная, в исследованиях Бирмингемской школы рассматривается как субъекты, играющие активную и сознательную роль в производстве и потреблении культуры. Делается акцент на различия и плюральные особенности субъектов. Так, один из видных членов школы Так, один из влиятельных членов школы, Стюарт Холл, добавляет третью характеристику «поле битвы» к двум различным характеристикам массовой культуры: 1) популярная культура, сформированная сформированная индустрией культуры, и 2) массовая культура, сформированная народом. По мнению Холла, популярная культура не является носителем господствующей идеологии и не показателем истинной культуры народа. Популярная культура - это поле битвы. ежедневно перерабатывается посредством борьбы гегемоний. Смысл культурного символа формируется через опыт, который дает ему суть и обеспечивает возрождение, то есть, под влиянием социальной составляющей. Продукты поп-культуры способствуют продолжительности власти, а также становятся инструментом борьбы против нее. Определяет это борьба гегемоний.

До этого момента мы сделали обзор теоретических аспектов социологии и коммуникации музыки, которые связаны с темой нашего исследования. Смысл этих теорий мы раскроем ниже при анализе казахстанской музыки в период пандемии COVID-19. Но сначала следует рассмотреть второй важный фактор производства музыки в современном обществе, то есть вопрос пространства, изменившегося под влиянием новых медиа.

Новые медиа и пространство

Ворвавшаяся в 2020 году в жизнь современного общества глобальная пандемия изменила повседневность, как в физическом, так и в идейном аспекте. Трансформировались сферы, которые считались незыблемыми. К примеру, изменениям подверглось понятие «пространство». Ограничения

физического контакта повлияли на различные аспекты всех сфер повседневной жизни.

Если обратиться к научным трудам о «пространстве», мы увидим, что это понятие стало предметом споров между такими мыслителями, как Анри Лефевр, Пьер Бурдьё, Жил Делёз и Феликс Гуаттари. Эти мыслители старались описать пространство через критерии смысла, их размышления оказали влияние на многих мыслителей и исследователей (Lefebvre, 1991; Bourdieu, 1989; Buchanan & Lambert, 2005; Saldanha, 2017).

Лефевр в своем труде «Производство пространства» (*La production de l'espace*, 1974) создал социально-пространственную теорию, в которой изложена идея о том, что среди пространственных и социальных отношений есть и диалектическое отношение. Он характеризует пространство как место производства и место, где осуществляются социальные взаимоотношения, но вместе с тем приписывает пространству значение производимого продукта. Таким образом, он утверждает, что социальные отношения – это и производитель пространства, и фактор, сформированный самим пространством. Главный аргумент позиции Лефевра – колонизация капитализмом нашей повседневной жизни, через использование пространства. Под словами «производство пространства» он имеет в виду не только экономические производство, но и производство институтов, городских центров, информации, то есть всех элементов, формирующих общество (Lefebvre, 1991).

В настоящее время невозможно представить пространство вне технологий и сетей коммуникации. Эта ситуация способствует прямому влиянию различных экономических, культурных и политических событий на личность. Поэтому даже если у обитателей планеты, живущих в разных ее местах, проявляются разные формы впечатлений от событий, необходимость присутствовать на месте, чтобы быть в отношениях с событием, намного уменьшилась и даже исчезла. Вследствие этого теоретические труды подталкивают исследователей вновь глубоко изучать пространство. Исчезновение зависимых от пространства взаимоотношений и интеракций, «конец территории» или отделение времени от пространства привели к появлению таких понятий, как «децентрализация» или «детерриторизация», характеризующих беспространственность, то есть понятий, описывающих лишение человека его народа, общества.

Ослабление важности территориальных ограничений в мировых масштабах и способствование интернет-технологий появлению новых средств массовой информации привели к дальнейшему кризису понятия пространства. Сейчас люди, находясь в любой точке земного шара, имеют возможность увидеть и услышать происходящее в мире в реальном времени. В последние тридцать лет, благодаря усилению процесса глобализации, очень быстро осуществляются политические, экономические и, прежде всего, культурные трансформации. В основе трансформаций лежит развитие новых коммуникаций и информационных технологий, иными словами, развитие новых медиа.

Мануэль Кастельс утверждает, что из-за влияния новых медиа на сферу культуры человечество превращается в «нетворк-общество», таким образом зарождается социальная трансформация нового типа (Castells, 2004). По мнению Кастельса, «нетворк-общество», для которого на первый план выходит информация – это новая социальная структура,

активизирующаяся под влиянием информационных технологий, формирующаяся в информационных сетях и распространившаяся по всему миру. Эта структура формирует интеракцию между людьми посредством культуры, а также воздействует на производство, потребление и отношения с властью (Castells, 2009: 125). А Николас Гейни и Дэвид Бир говорят о нарастающей значимости в понимании новых медиа таких понятий, как сетворк, информация, интерфейс, архив, интеракция и симуляция, а также о том, что эти понятия создают инфраструктуру технологии новых медиа (Gane & Beer, 2008).

Подобные технологически-социальные процессы, а также добавившаяся к ним пандемия COVID-19 влияют на нашу оценку прошлого, настоящего и будущего, а также на формы их толкования. Поэтому изменение опыта производства/потребления музыки, занимающей важное место в повседневной жизни, и социальное влияние этих изменений стоят того, чтобы их исследовать. Вместе с тем формирование в сложный период солидарного социального духа через музыку, его реализация с помощью различных методов через социальные медиа в период, когда требуется физическое соблюдение дистанции, привлекают и с научной точки зрения. В связи с этим далее мы попытаемся разобрать производство и потребление форм музыки в Казахстане в период пандемии COVID-19.

Краткий обзор музыкальной индустрии Казахстана в период пандемии COVID-19

Индустрия музыки Казахстана – почти неизученная отрасль. Основные причины этого: несоответствие музыкальной сферы требованиям рыночной экономики в начальный период Независимости или отсутствие политико-экономической ситуации, которая бы способствовала этому, вследствие чего отсутствие предпосылок к формированию такой индустрии; появление той-бизнеса, не включаемого в бюджетный доход. Некоторые исследователи считают, что той-бизнес зародился в середине 2000-х годов. Но можно утверждать, что истоки этого явления нужно искать в 1990-х годах, когда появились многочисленные формации по типу «Бауыржан-шоу» и исполнители, сплотившиеся вокруг него (например, группа «Нұр-Мұқасан») и семейные ансамбли в южных областях, такие как Дарибаевы. Это привело к тому, что музыканты и исполнители уклонились от налогов, в результате чего индустрия музыки приобрела характер внебюджетной, неофициальной и нелегальной. Помимо этого, это повлияло на то, что не сформировалась правильная индустрия музыки. Например, в Казахстане концертные учреждения все еще находятся в государственной собственности. Их общее количество: 32 в 2020 г. (или 36 в 2019 г.) (Национальное бюро статистики, 2020). Исполнители классических и национально-этнографических произведений тоже зависят от государственной поддержки. Зато в годы Независимости выросло число заведений под названием «тойхана», в которых праздновали свадьбы, проводы невесты, юбилей и прочие частные и семейные мероприятия. Это привело к тому, что из относящихся к поп-музыке танцевальной музыки (*dance music*) и медленной музыки (*slow music*) выделился субжанр «той-музыка». Она критикуется интеллектуалами и сообществами академической музыки, но благодаря легкой мелодии и запоминающимся формам, с помощью

новых «звезд» стала самой потребляемой народными массами.

Тем не менее, в казахстанской поп-музыке тоже происходят различные эксперименты. С первых лет Независимости с целью производства качественной современной музыки появились такие конкурсы, как «Азия Даусы» и «Жас Қанат». Как альтернатива советскому понятию эстрады они выпускали на большую сцену новых, смелых и активных исполнителей, позволяли им направлять свое исполнительское мастерство в сторону импровизированных перформансов, пришедших с Запада и сформировать новый общественный вкус. В этот период появились группы «Мюзикола», Urker, Дуэт-L, а также сольные исполнители и бойз-бенды: Медеу Арынбаев, Ерлан Кокеев, Кыдырала Болманов (АБК). Но настоящая альтернативная музыка сформировалась с начала 2000-х годов, когда на казахстанской сцене появились хип-хоп, R'n'B, рок, разные бойз-бенды и герлз-бенды. Особый вклад в развитие альтернативной поп-музыки внесли конкурсные программы в стиле TV-live show, такие как Superstar.kz.

Пандемия COVID-19 стала ударом для музыкальной индустрии Казахстана, особенно для бизнеса певцов и музыкантов из сферы «той-бизнеса». «Той-певцы» ранее «подогревали» популярность в медиа различными событиями в личной жизни. Однако, оставшись без дохода в пандемию, они получили новую долю внимания публики, став героями скандалов из-за тайных торжеств или высказываний против вакцинации. Отчасти, благодаря этому они сохранили свое место в медиaprостранстве.

Во время пандемии многие телеканалы, в особенности государственные, массово начали транслировать профессиональное и академическое музыкальное искусство, театральные постановки, произведения оперы и балета, которые до этого момента были малодоступны простому народу.

Вместе с тем и социальные медиа начали проводить онлайн-концерты, в частности на YouTube. Их устраивали как по личной инициативе певцов или представителей инструментальной музыки, так и с подачи республиканских, областных, районных и даже сельских концертных учреждений.

Проходили и офлайн-концерты. Судя по данным Агентства стратегического планирования и реформ Казахстана, Национального бюро статистики (2020), в 2020 году по республике было проведено 1947 мероприятий при участии концертных учреждений. Это меньше на 71,7 %, чем в 2019 году – 6882 мероприятий. Концертные учреждения провели 405 концертов вне своего региона, кроме этого, устроены 3 гастрольных представления за рубежом. В сельской местности провели 79 концертов, для детей устроили 179 концертов и мероприятий. Это 9,2 % от общего количества концертов. Количество посетителей концертных программ достигло 1427,4 человек, что меньше показателя 2019 года на 25,7 % – 2921,4 человек. Число зрителей, посетивших концерт в своем регионе – 758,7 человек.

Настроения в музыке периода пандемии

С января 2020 года в социальных медиа распространились ужасающие видеоролики, снятые по заказу правительства Китайской Народной Республики. Они демонстрировали, как под надзором полиции

заразившихся коронавирусом запирали в их домах и заколачивали за ними двери; учения полиции по отработке процедур в отношении неподчинившихся ограничительным мерам; дрожащих пациентов под одеялом. Многие верили, что это реальные съемки, а не постановка.

Позже по всему миру распространились шуточные видеосоветы, как теперь надо здороваться друг с другом. Вспышка заболеваемости в Италии в феврале, последовавшие за этим карантинные меры впервые стали причиной превращения музыки в экспрессию противодействия кризиса COVID-19 и социального солидаритета – концерты на балконах. К примеру, в одном из видео человек выходит на балкон, поет песни или играет на цифровом пианино саундтрек из фильма «Титаник», а к нему присоединяется сосед с саксофоном. Позже известные певцы начали устраивать подобные концерты на балконах.

Изгнание / аластау

В Казахстане карантин ввели в период появления таких «позитивных» видео. Первым из казахстанских музыкантов отреагировал на мировой кризис COVID-19 певец-композитор Марат Омаров. 14 марта 2020 года он поделился на своей страничке в Инстаграм песней «Коронавирус! Кет, кет, кет!» (Омаров, 2020a). Таким образом, накануне публикации Указа Президента Касым-Жомарта Токаева (2020a) «О введении в Республике Казахстан чрезвычайного положения» казахская музыка выразила свое мнение о ситуации вокруг пандемии. Вечером того же дня, когда ввели режим ЧП, Омаров опубликовал новую версию песни в Инстаграме по типу «челленджа» (Омаров, 2020b), который подхватили в Фейсбуке, Tiktok и WhatsApp, поэтому произведение быстро стало популярным в соцсетях. Омаров в первом своем посте поделился только одним куплетом. А во втором посте, который он опубликовал, в песне были легко заучиваемые и забавные слова. Если не считать поделившихся на других платформах, то первый пост за один год просмотрели 32 820 раз, а второй пост набрал 1 013 851 просмотр. В течение нескольких дней эта песня с подачи медиапользователей обзавелась кавер-версиями, стала темой для видеомемов и стала одной из «той-песен» на проводимых вопреки карантину праздниках. За два дня после публикации песни ее караоке-версия была подготовлена российским сайтом, который выпускает ноты популярных песен, и выложена на платформе YouTube (MnogoNotka.com, 2020). Эта версия набрала 2 367 254 просмотров.

На своей странице Омаров сообщил, что написал эту песню, чтобы призвать народ к спокойствию и изгнать болезнь (Омаров, 2020c). Как бы ни критиковали эту песню Омарова, она приобрела высокие показатели потребления среди взрослых и детей, которые особенно быстро ее заучивали. Вложенный композитором в песню «ритуал изгнания» нашел правильный отклик у общества. Код, заложенный автором в творение, был правильно считан. Изгнание / аластау – один из религиозных ритуалов тюркских народов доисламского периода.

Тюрколог-фольклорист Абдулкадир Инан (İnan, 1986: 68) пишет, что, согласно шаманизму, огонь – это элемент, обладающий очищающим эффектом и отпугивающий злых духов. Он говорит, что прибывавшие к тюркским ханам послы первым делом проходили между огней. Целью обряда было изгнание злых духов, которые могли прибыть вместе с

послами. Подобные поверья можно увидеть у тюркских народов и в период после распространения ислама. Например, у башкир и казахов поджигали пропитанную жиром материю и вращались вокруг большого со словами «алас, алас». Это и есть изгнание, или «аластау» на казахском. У анатолийских турков этот ритуал называется «алазлама» и означает очищение огнем. Слово «алас» часто встречается в молитвах шаманистов алтайских тюрков. В якутском народе шаманы также изгоняют духов, выкрикивая «алиас-алиас».

В песне Омарова «Коронавирус! Кет, кет, кет!» огонь не используется, но заметно, что функционально она опирается на ритуал изгнания. Это подтверждает мнение Дюркгейма о том, что мыслительная форма человека формируется из родных ему культурных форм и понятий. При таком подходе можно утверждать, что основные мыслительные категории, такие как время и пространство имеют социальную и культурную основу. Как и другие продукты человечества, феномены культуры и искусства являются продуктом человеческого сознания, возникшими под влиянием общества или культуры общества, а значит искусство – это репрезентант данного общества. Другими словами, массовое сознание отражается в индивидуальном сознании человека искусства. Значит, это и есть причина следующих явлений: обращение казахского народа с начала 1990-х годов к архаизму, возрождение забытых традиций; уже в начальный период пандемии COVID-19 народ возвращается с помощью музыки к ритуалу доисламского периода «аластау», а общество быстро его принимает, в результате чего песня и одновременно ритуал становится хитом.

Мы вместе

Политическая власть тоже использовала музыку во время пандемии. 16 марта 2020 года Президент Токаев обратился к народу посредством медиа и завершил свою речь словами «Біз біргеміз» – «Мы вместе». Позже они стали девизом борьбы с COVID-19 в Казахстане, а уже 24 марта 2020 года на государственном телеканале «Хабар» был показан клип на песню «Бірге» – «Вместе» на музыку Ибрагим Ескендира и слова Сырыма Ауезхана. Слово «Біз» («мы») в песне обозначают казахский и тюркские народы. Говорится,



Фото 1. Герои клипа «Вместе». (Агентство Хабар, 2020а).

что за свою историю казахский (тюркский) народ пережил много страданий, прошел войну и голод, но никогда не сдавался. Также были и отсылки на исторические личности – «Мы – Культегин», «Мы – Бильге-каган». Все было представлено так, будто пандемия COVID-19 обрушилась только на казахский народ, а не на весь мир. Еще один примечательный момент: все герои клипа не следовали основным правилам карантина – ношение маски, соблюдение дистанции (Хабар агенттігі, 2020а).

Песня прославилась не только в Казахстане. Меньше чем через месяц турецкий музыкант Ирфан Гюрдал перевел ее на турецкий язык, спел и выложил клип на своем канале в YouTube (Gürdal, 2020). В интервью агентству «Хабар» Гюрдал рассказал, как услышал песню Ибрагима Ескендира через турецкие медиа, что ему понравились ее слова и описание общих для всех тюркских народов событий (Агентство Хабар, 2020b). Можно утверждать, в связи с отсылками на общих для тюркских народов личностей песня привлекла к себе внимание турков, а слова-девиз Президента Токаева «Мы вместе» пробудили в гражданах национально-тюркское самосознание.

С целью поддержки девиза президента «Мы вместе» агентство «Хабар» сделало еще один заказ: песня и клип «Мы – дети казахов» в исполнении Торегали Тореали и Абдижаппара Алькожи. В ней нет никаких отсылок на пандемию COVID-19. Но правообладатели произведения отметили, что это один продукт из двух десятков видеороликов и двух клипов под девизами «мы вместе» и «сидим дома» (Агентство Хабар, 2020c & 2020d). В этой песне тоже поется о казахском народе, трех жузах и необходимости быть едиными.

Еще один из проектов агентства «Хабар» с девизом «Біз біргеміз» – песня Армана Дуйсенова «Мы вместе» на русском языке. Мотив напоминает патриотические песни советского периода, в стране ее исполняли русскоязычные певцы (Агентство Хабар, 2020d). Если в двух песнях, названных выше, описываются тяжелые периоды из жизни казахского (тюркского) народа, то песня «Мы вместе» делает акцент на общее понятие родины и призывает всех казахстанцев объединиться в эти непростые времена; она выражает всенародную поддержку людям, которые вносят большой вклад в борьбу с пандемией, неустанно трудятся днем и ночью во благо всего народа – медицинские работники, полиция, военнослужащие, дезинфекторы, волонтеры и другие. К дискурсу «Мы вместе» присоединился и телеканал Qazaqstan с песней Ернара Айдары «Біз біргеміз» (Qazaqstan, 2020). В ней поется, что были дни и страшнее этих, что казахский народ сможет противостоять пандемии COVID-19. Вот так родившийся из призыва президента девиз «Мы вместе» воспроизвел политику идентичности, опирающуюся на продвигаемые политической властью два принципа: «быть казахом» и «быть казахстанцем».

Акция «Мы вместе» нашла отклик у многих певцов и рядовых граждан. Они исполняли любые песни или музыкальные произведения и объявляли своим коллегам «челлендж». На платформе YouTube под хэштегом #БізБіргеміз выложено 6800 музыкальных номеров, а под хэштегом #BizBirgemiz 4500. В этих музыкальных номерах посредством дискурса «мы вместе» прослеживается акцент на региональную идентичность, к примеру, актюбинская, костанайская, а также на идентичность районную и сельскую.

Карантин, шаткий мир и одиночество

Установление карантина мирового масштаба вызвало у людей по всему миру различные психологические расстройства. Одно из них – усиление чувства одиночества. Другими словами, эпидемия ударила в слабое место человечества. Перед вирусом человечество оказалось уязвимо. Это связано не только с возможностью заразиться от другого. Уязвимость характеризуется проницаемостью, пористостью физической и социальной жизни, а также изначальной зависимостью людей друг от друга. Мы не можем вырваться из этой зависимости даже когда взрослеем. Живя, мы получаем впечатления от окружающей среды, социального мира, близких контактов. Эта впечатлительная и проницаемая уязвимость характеризует сформированную нами социальную жизнь. Например, я вдыхаю воздух, которым дышал другой человек, а воздух, который выдыхаю я, переходит к третьему. Я прикасаюсь к следу, который оставил человек на каком-то предмете, затем могу перенести этот след на другой предмет или же на свое тело. Люди делят воздух и землю с другим людьми и животными. Подобные формы физического разделения, слабость внутри социальной жизни дают информацию о важных мерках взаимопроницаемости и взаимозависимости. (Butler & Yancy, 2020: 483). Песня «Дімкәс қала» на слова Исраила Сапарбая и музыку Максата Жаутикова описывает уязвимость человека. Она увидела свет 15 апреля 2020 года на канале YouTube. 27 апреля в газете Egemen Qazaqstan текст песни был опубликован вместе с другими стихотворениями Исраила Сапарбая. Автор высказался о двусмысленности своих размышлений в вопросах уязвимости и болезненности и сказал о своих стихах следующее:

Это жизнь со всеми ее радостями и невзгодами, и Всевышний ведает, человек переживает испытания каждый момент этой жизни. Природное явление ли это или случайная напасть, нам свойственно дожидаться исхода. Именно это сейчас переживает все человечество. «Невзгоды не я насылаю, человек сам их себе создает». Истина ли это от самого Всевышнего или постулат из хадисов – не нам это предполагать. Мы заняты повседневной мелкой суетой. Если придем в себя и избавимся от этой возни, то лучше поздно, чем никогда. Об этом нас предупреждает пришедшая в нашу жизнь массовая смертность (Сапарбай, 2020).

Песня «Төтенше жағдай» (Чрезвычайное положение), исполненная Маратом Балмырзой (2020), художественно описывает слабость человеческой природы глазами влюбленного человека. И исполнитель, и инструментальное сопровождение песни описывают драматическое состояние человека, тоскующего по возлюбленной, больше мажорными нотами, нежели грустными. Возможно, это сделано из нежелания еще больше огорчать слушателя, который и без того расстроен из-за карантинных мер.

Маска

Первая реакция на необходимость носить маску последовала от певца Айкына Толепбергена (2020). В тот же день, когда Марат Омаров впервые поделился своей песней «Коронавирус! Кет, кет, кет!», то есть 14 марта 2020 года, Толепберген опубликовал на странице в Instagramе

измененные строки своей песни «Сендей ару жоқ» (Нет красивее тебя): «Нет больнее тебя. Нет оружия против болезни. Сама видишь, в аптеках закончились маски. Масок нет вообще». Игра слов состояла в том, что на казахском слова «красавица» (ару) и «болезнь» (ауру) звучат почти одинаково. Данный пост Айкына набрал 151 543 просмотров, не сумев догнать хит Омарова. Тем не менее, его можно назвать пионером среди последовавших позже песен о медицинских масках.

Вообще первую песню о защитных повязках спел Асан Абдралин. Его песня «Маска» появилась в интернете 10 марта 2020 года. Но так как в тексте нет отсылки к эпидемии COVID-19 или к появившемуся вместе с ней требованием носить маску, то мы посчитали это просто совпадением и не стали рассматривать как объект для нашего исследования.

После шутки Айкына Топебергена проблема ношения масок была озвучена в песне Куаныша Спанова «Қызыл көйлек» (Красное платье), которую исполнители Асан Пердешов и Жандарбек Жуманов изменили и назвали «Қара маска» (Черная маска). Эта песня распространилась в сети 24 июля 2020 года. Место маски в общественной и частной жизни было рассмотрено с драматической точки зрения. Были затронуты появившиеся с карантином проблемы одиночества и безработицы. Но слушателей призывают не унывать, так как «и это пройдет». Вместе с тем звучат просьбы к Всевышнему позаботиться о народе (Пердешов & Жуманов, 2020).

Тема нового коронавирусного аксессуара прозвучала и в песне группы КешYou «Между нами любовь» как метафора обязательства человека защищать свою любовь. Вместе с тем есть и отсылки на вирус COVID-19 и изоляцию при карантине: «Оқшауланшы тек менімен / Ауырамын сенімен / Сені сонша ма сүйгенім / Емге ерінем» (Изолируйся лишь со мной/ Я болею тобой/ Я так тебя люблю/ Не желаю лечиться).

Благодарность

Один из уроков, который человечество извлекло из пандемии COVID-19 – важность врачебной профессии. В этот период врачи спасали людей, подвергая опасности жизни членов своих семей. В это же время появились песни с благодарностью в адрес медиков. Первой песней в этом направлении стала «Мың алғыс дәрігерлерге» (Тысячу раз спасибо врачам) в исполнении Альжана Нурлыбека (2020), опубликованная 30 марта 2020 года. Также песня Асана Пердешова (2020) «Дәрігерлерге мың алғыс» (Тысяча благодарностей врачам) увидела свет 23 августа 2020 года. Смысл у этих двух песен один, но эмоции они дарят разные. Песня Альжана Нурлыбека дарила надежду, навевала романтическую атмосферу, а песня Асана Пердешова была больше печальной. Песня Нурлыбека воспевала врачей как героев нашего времени, призывала бороться с напастью вместе. А Пердешов пел о том, что это испытание ниспослано Всевышним, что человечеству остается только терпеть и благодарить врачей.

Причина, по которой два произведения на одну тему имели разный эмоциональный окрас, возможно, заключена в следующем: первая песня появилась на начальном этапе пандемии в Казахстане, а вторая – уже после первой волны заражений. В первые дни карантина правительство и население были уверены, что болезнь будет побеждена в течение пары месяцев. Но осложнение ситуации в июне возвестило об угрозе продления

карантина. Поэтому у песни, появившейся в августе, явно выражен грустный настрой.

Протест

С июня 2020 года количество заболевших в Казахстане начало резко расти. С начала пандемии Министерство здравоохранения уверяло народ, что страна готова к борьбе с вирусом, но обнажились такие проблемы, как дефицит лекарств и мест в больницах, отсутствие медицинского оборудования, нехватка карет скорой помощи и медицинских работников. Вскрылись факты коррупции в относящихся к системе здравоохранения ведомствах. Все это привело к угасанию надежды у населения. Во второй половине июня выросло число смертей среди населения, и Фейсбук превратился в платформу для выражения соболезнований. Трудности с возможностью похоронить своих близких вызвали гнев граждан. Последней каплей в чаше социального терпения стал праздничный салют 6 июля 2020 года в честь дня города Нур-Султан.

Протестная атмосфера в музыке периода пандемии родилась в связи с этим событием. Сначала пользователь Инстаграм и YouTube Саян Сейдыгали выложил на своей страничке графический ряд с элементами салюта под названием «Өтірік» (Ложь). Вообще это не новая песня. Создание автором клипа с добавлением салюта, публикация произведения 7 июля в Инстаграм и Youtube стали выражением его возмущения. Ниже представлен перевод использованных в песне жанра блюз слов:

Расходимся/ Много слов/ Сначала поверил/ Довольно слов/ Хватит повторять/ Сыт по горло обещаниями/ Лишь время – лекарь/
Погубил мое счастье/ Жизнь во лжи/ Жизнь – это боль/ Попробуй,
убеди/ Глядя в глаза/ Посмотри в глаза/ Отвлеки меня/ Убеди,
прошу/ Добряки/ Довели меня/ Разве есть такие/ Даже если телом
здоров/ Опустили руки.

Свой музыкальный протест проведению фейерверка 29 декабря 2020 года группа «Ирина Кайратовна» выразила клипом на песню под названием «5К». Клип основывается на теме трагических событий в истории Казахстана и выявленных современных коррупционных скандалах. А чтобы показать неудачный опыт правительства в управлении страной во время пандемии была использована история с салютом 6 июля (Ирина Кайратовна, 2020). До этой композиции в вайнах данной группы постоянно звучали враждебные высказывания, основанные на мизогинии и гомофобии, а участники группы по сей день не выказали никаких намерений извиниться за них или выразить раскаяние. Поэтому их демократические призывы и протестную речь следует расценивать просто как PR-акцию, наподобие интервью российскому блогеру ВДудь.

Общий социальный опыт: балконные концерты

Феномен «балконных концертов» появился сначала в Италии в 18.00 часов 13 марта после того, как во всех странах массово начали объявлять карантин. Итальянцы присоединились к данному социальному опыту, начав петь на балконах, в окнах, на крышах домов. Этот социальный

эксперимент распространился по всему миру через социальные медиа. После такие представления начали устраивать в Германии и Франции. Видимо, из чувства поддержки итальянскому народу чаще всего исполнялась песня BellaCiao. В Испании на улицах гремел «фламенко», а в Голландии люди исполняли на балконах преимущественно радостные и классические композиции (Schaap, Vandenberg & Berghman, 2020).

Возникшие в Европе балконные концерты нашли свое продолжение и в Казахстане. На них исполнялись песни самых разнообразных жанров – рок, рок-н-ролл, классика, народные, патриотические песни и даже гимн Республики Казахстан (См., Azattyq TV, 2020 & Матаева, 2020).

Выводы

Если составить список социальных проектов, связанных с музыкой, имевших место в период пандемии, начиная с марта 2020 года, то получится следующее:

- Концерты в прямом эфире в Инстаграм, Фейсбук и YouTube;
- «Вход» Spotify в Казахстан;
- «Живые» и предварительно записанные концерты, репетиции музыкантов через Zoom;
- Балконные концерты;
- Виртуальные фестивали;
- Базы данных и архивы выдающейся музыки были открыты для массового доступа (оперы, документальные фильмы о музыкантах, библиотеки и т. д.);
- Открылся доступ к архивным концертным записям (Филармония Берлина, Опера Метрополитен, Королевский театр оперы, стало возможным найти и послушать композиции, которые казахстанские певцы и композиторы исполняли во время поездок в Европу в 20 веке);
- Онлайн-концерты с участием артистов, в основном молодых (Концерт Казахтелеком, концерт группы 91, а также концерты других артистов и групп в Инстаграм, Фейсбук и YouTube)
- Бесплатная доступность в течение ограниченного времени музыкальных приложений (Steinberg #StayHome Elements Collection и т. д.)
- Защита диссертаций в сфере музыки в режиме онлайн;
- «Челленджи» среди музыкантов.
- Виртуальные встречи с музыкантами;
- Музыковеды и музыкальные эксперты проводили онлайн-симпозиумы, конференции и интервью.

Особое внимание приковывают к себе произведения на тему пандемии COVID-19. Если рассуждать, как эти композиции сформировали коллективное сознание или как на них повлияло коллективное сознание,

то можно сказать, что они смогли отразить чувства и мысли, опыт и печали казахстанского народа в период пандемии.

К сожалению, музыканты классического жанра не предложили композиции на тему COVID-19. Поэтому не удалось увидеть техническое развитие в понимании Адорно. Конечно, всему свое время. Тем не менее, можно утверждать, что поп-музыка в стране отреагировала быстро на ситуацию с пандемией. Мы увидели, как реализовались моменты, описанные в теоретической части этой работы, в особенности из теории Дюркгейма. Другими словами, музыка выполнила свою социальную функцию посредством способности быть тотемом.

Считаем, что на песню и клип группы «Ирина Кайратовна» под названием «5К» следует посмотреть с позиции индустрии музыки Адорно. Можно заметить, как группа, публиковавшая полные мизогинии и гомофобии скетчи и вайны, непрерывно наблюдает за общественным мнением, в связи с чем контент группы меняется в зависимости от того, что больше волнует общество. В последние годы можно заметить, как в общественном мнении формируются различные положительные и критикующие дискурсы о том, что Динмухамед Конаев был справедливым, чистым на руку, любящим свою родину лидером. Вместе с тем можно заметить и тенденции сравнения нынешней власти с вождями Алаш Орды, вождями нации. То есть, мы видим, как в любой группе общества, будь то демократы, националисты или либералы, положительную для восприятия тему превращают в товар, как ценности превращаются в товар. Поэтому реакцию группы на салют следует рассматривать не как позицию группы, а как превращение реакции общества в популистский товар. Если следовать этому принципу, то понятна и причина производства группой «Ирина Кайратовна» работ с проявлением мизогинии и гомофобии: это превращение ценностей патриархального общества в товар.

Песни и музыкальные клипы, заказанные телекомпаний Хабар и Qazaqstan под девизом «Мы вместе», демонстрируют попытки превратить политический дискурс президента и правительства во время пандемии в идеологию, используя популярную музыку, то есть культурную индустрию.

Если подходить к вопросу использования в Казахстане традиционных и новых медиа, то следует отметить, что музыкальные произведения распространяются как через телевизионные каналы, так и через инструменты новых медиа. В этом смысле в период пандемии в Казахстане и традиционные, и новые медиа приобрели равное значение.

В то же время, когда COVID-19 начал распространяться по миру, правительства, осознавая угрозу пандемии, приняли меры для ее предотвращения и обеспечения соблюдения определенных требований в обществе. Аналогичные меры были приняты и в Казахстане. Казахское общество отреагировало по-разному. Эти реакции можно выделить несколько типов: от «вирус опасен, поэтому будьте осторожны», до «не игнорировать риск вируса»; от беспокойства социальных бедствий до понимания их как Божьего наказания; от отношения человека к окружающей среде до вызовов духовной деградации. Эти реакции наблюдались на разных уровнях и в разных формах. Музыка служила способом выразить эту реакцию.

Список использованной литературы

1. Adorno W. Theodor (1964). Versuch über Wagner, M \ddot{u} nich & Z \ddot{u} rih: Knauer.
2. Adorno, Theodor (2009), "On Popular Music", в Cultural Theory and Popular Culture: A Reader, 4-изд, John Storey (Сост.), Harlow: Pearson Education, 197–209.
3. Adorno, Theodor W. (1975). "Culture Industry Reconsidered." Anson G. Rabinbach (Англ. перев.), New German Critique, 6 (Autumn): 12–19.
4. Adorno, Theodor W. (1978). "On the Social Situation of Music." Wes Blomster (Англ. перев.), Telos, 35: 128–164.
5. Ayas, G \ddot{u} neş (2015). M \ddot{u} zik Sosyolojisi: Sorunlar-Yaklaşım-lar-Tartışmalar, İstanb \ddot{u} l: DoęuKitabevi.
6. Azattyq TV (2020). Алматылықтардың балкондағы концерті. <https://www.azattyq.org/a/kazakhstan-almaty/30505092.html>.
7. Bourdieu, Pierre (1989). "Social Space and Symbolic Power", Sociological Theory, 7(1), 14–25.
8. Bourdieu, Pierre (1993). Sociology in Question. Richard Nice (перев.), London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
9. Buchanan, Ian & Lambert, Gregg (2005). Deleuze and Space. Edinburgh: Edinburgh University Press.
10. Butler, Judith & Yancy, George (2020). "Interview: Mourning Is a Political Act Amid the Pandemic and Its Disparities (Republication)". Journal of Bioethical Inquiry, 17: 483–487.
11. Castells, Manuel (2004). "An Introduction to the Information Age", в The Information Society Reader, Frank Webster (сост. ред.), London: Routledge.
12. Castells, Manuel, (2009). "The Rise of the Network Society: Volume I: The Information Age: Economy, Society, and Culture", London: Blackwell Publishing.
13. Çoker, Çaęatay (2020). "Görüş III. Salgın Zamanlarına Psikoloji İçindenve Ötesinden Bakmak: Farklılısımler, Farklı Perspektifler." Psikolojive Toplum, 10 (май): 17–20.
14. Durkheim, Emile (2005). Dini Hayatın İlkel Biçimleri. Fuat Aydın (перев. на турец.), İstanb \ddot{u} l: Ataç Yayınları.
15. Ergur, Ali (2018). "B \ddot{u} y \ddot{u} Unsuru Olarak M \ddot{u} zik." <https://www.sanattanyansimlar.com/yazarlar/ali-ergur/buyu-unsuru-olarak-muzik/1754/>. Дата просмотра: 02.06.2021.
16. Gane, Nicholas & Beer, David (2008). New Media: The Key Concepts. Oxford & NewYork: Berg Publishers.
17. G \ddot{u} rdal, İrfan (2020). Biz Beraberiz. https://www.youtube.com/watch?v=e-vr_Jsdy9o. Дата просмотра: 09.06.2021
18. G \ddot{u} ven, Uęur Zeynep & Ergur, Ali (2014). "D \ddot{u} nyada ve T \ddot{u} rkiye'de m \ddot{u} zik sosyolojisinin yeri ve geliřimi." Sosyoloji Dergisi, 3. Dizi, 29. Sayı, 2014/2: 1–19
19. İnan, Abd \ddot{u} lkadir (1986). Tarihte ve Bug \ddot{u} n Şamanizm: Materyaller ve Arařtırmalar. 3-изд, 2-том, Анкара: T \ddot{u} rk Tarih Kurumu Basımevi.
20. Lefebvre, Henri (1991). The Production of Space. Donald Nicholson-Smith (перев.), Oxford (UK) & Cambridge (USA): Blackwell.
21. Lefebvre, Henri (2004). Rhythm analysis: Space, Time and Everyday Life. Stuart Elden & Gerald Moore (перев.), New York: Continuum.
22. Много Notka. Com (2020). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.youtube.com/watch?v=S10un3gn7wA>. Дата просмотра: 09.06.2021

23. Nussbaum, Charles O. (2007). *The Musical Representation: Meaning, Ontology, and Emotion*. Cambridge & London: The MIT Press.
24. Qazaqstan (2020). Біз біреміз. <https://www.youtube.com/watch?v=eM3BBBoG9KPO>.
25. Saldanha, Arun (2017). *Space After Deleuze*. London: Bloomsbury Academic.
26. Schaap, Julian, Vandenberg, Femke & Berghman, Michaël (2020). “Balkon concerten, lockdown sessies en quarantunes: muziek als sociale geleider tijdens de COVID-19-pandemie”. *Tijdschrift Sociologie*, 1: 101–114.
27. Schopenhauer, Arthur (1969). *The World as Will and Representation*, Vol. I., E.F.J. Payne (перев.), New York: Dover.
28. Storey, John (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. 8-изд., London and New York: Routledge.
29. Walter, Benjamin (2007). “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” в *Illuminations*, Hannah Arendt (Сост.), Harry Zohn (Перевод на англ.), 2-изд, New York: Schocken Books, 217–252.
30. WHO. Constitution of the World Health Organization <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd47/EN/constitution-en.pdf?ua=1>.
31. Yergebekov, Moldiyar (2011). “Klasik Batı Müziği Bağlamında Theodor Wiesengrund Adorno'nun Müzik Estetiğinin Türkiye'de Alınlanması” в *Zamanın Tozu: Frankfurt Okulu'nun Türkiye'deki İzleri*, D. Beybin Kejanlıoğlu (сост.), Ankara: De Ki Yayınları, 497–524.
32. Балмырза, Марат (2020). Төгенше жағдай. <https://www.youtube.com/watch?v=E-8jvzSB5E0>.
33. Вебер, Макс (1994). “Рациональные и социологические основания музыки” в Макс Вебер: *Избранное. Образ общества*, А. В. Михайлов (перев.), Москва: Юристъ, 469–550.
34. Гайденко, Пиам (1976). “Идея рациональности и социология музыки М. Вебера” в *Кризис буржуазной культуры и музыка*, Лев Раабен (сост.) Москва: Музыка, 7–48.
35. Жексенұлы, Жұбанұш & Жәутіков, Мақсат (2020). Дімкәс қала. <https://www.youtube.com/watch?v=ffW9vL43cNg>. Дата просмотра: 09.06.2021.
36. Ирина Кайратовна (2020). <https://www.youtube.com/watch?v=Jk7Ff9s2nkw>. Дата просмотра: 09.06.2021
37. Матаева, Райхан (2020). Дариға-дәурен. <https://www.facebook.com/100015077494827/videos/849109598934949>. Дата просмотра: 09.06.2021.
38. Нұрлыбек, Әлжан (2020). Мың алғыс дәрігерлерге. https://www.youtube.com/watch?v=qCaO_rwTjWA. Дата просмотра: 09.06.2021.
39. Омаров, Марат (2020a). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.instagram.com/p/B9tubJLFvF/>. Дата просмотра: 09.06.2021.
40. Омаров, Марат (2020b). Коронавирус! Кет, кет, кет. <https://www.instagram.com/p/B9qVabJFBAZ/>. Дата просмотра: 09.06.2021.
41. Омаров, Марат (2020c). Коронавирус! Кет, кет, кет. https://www.instagram.com/p/B9yOGJ_Fgn/. Дата просмотра: 09.06.2021.
42. Пердешов, Асан & Жұманов, Жандарбек (2020). Қара маска. <https://www.youtube.com/watch?v=LHYs-FXhWрс>. Дата просмотра: 09.06.2021.
43. Пердешов, Асан (2020). Дәрігерлерге мың алғыс. <https://www.youtube.com/watch?v=OLDpMfoA7uU>. Дата просмотра: 09.06.2021.
44. Сапарбай, Исраил (2020). “Жүрегімнің түбінде шүкіранам...” *Egemen Qazaqstan*. <https://egemen.kz/article/231952-israil-saparbay-zhuregimninh-tubinde-shukiranam>. Дата просмотра: 09.06.2021.

45. Сейдіғали, Саян (2020). Өтірік. <https://www.youtube.com/watch?v=VX2O8fCc3eo>. Дата просмотра: 09.06.2021.
46. Тоқаев, Қасым-Жомарт (2020а). «Қазақстан Республикасында төтенше жағдайды енгізу туралы» Указ, 15 марта, 2020 г. https://www.akorda.kz/kz/legal_acts/decrees/kazakstan-respublikasynda-totenshe-zhagdaidy-engizu-turaly. Дата просмотра: 09.06.2021.
47. Тоқаев, Қасым-Жомарт (2020а). «Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың телевизиялық үндеуі». 16 марта, 2020 г., https://www.akorda.kz/kz/speeches/internal_political_affairs/in_speeches_and_addresses/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyyn-televiziyalyk-undeui. Дата просмотра: 09.06.2021.
48. Төлепберген, Айқын (2020). Сендей ауру жоқ. https://www.instagram.com/p/B9uRDRXlxLe/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again. Дата просмотра: 09.06.2021.
49. Ұлттық статистика бюросы (2020). Мәдениет статистикасы. <https://stat.gov.kz/official/industry/21/statistic/6>. Дата просмотра: 09.06.2021.
50. Хабар агенттігі (2020а). Біргерміз. <https://www.youtube.com/watch?v=Oukm9aiCZFW>. Дата просмотра: 09.06.2021.
51. Хабар агенттігі (2020b). Түркияда «Біз біргерміз» әні жаңа форматта орындалды. <https://www.youtube.com/watch?v=МКQХ5сMokzА>. Дата просмотра: 09.06.2021.
52. Хабар агенттігі (2020с). Біз қазақтың баласы. <https://www.youtube.com/watch?v=-FPlh6DjBn4>. Дата просмотра: 09.06.2021.
53. Хабар агенттігі (2020d). Мы вместе. <https://www.youtube.com/watch?v=RkXI3KBSxU4>. Дата просмотра: 09.06.2021.

КАЗАХСКИЙ ЮМОР ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19: МЕМЫ КАЗАХСТАНСКИХ ИНТЕРНЕТ- ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Дана Уразова & Дильдар Сердалы

Введение

Коронавирус COVID-19, который возник в китайском городе Ухань, повлек за собой непредвиденные негативные последствия и изменения в жизни людей многих стран. Обратной реакцией общества на негативные новости стал юмор, в том числе его новая форма – интернет-мем, который появился и приобрел популярность с распространением цифровых технологий и интернета.

Исследование интернет-мемов о коронавирусе актуально в силу целого ряда причин. Множество людей начали активно пользоваться мессенджерами и различными социальными сетями (Твиттер, Фейсбук, Инстаграм) и пересылать разные картинки со смешным текстом, при этом затрагивая острые социальные проблемы.

Цель нашей работы, исследуя мемы, которые были придуманы и иллюстрированы во время карантина казахстанскими пользователями, выявить их точку зрения о COVID-19. А также мы преследуем цель распознать, какие темы чаще всего затрагивались пользователями, и какие темы были менее популярными и оставались неосвещенными.

В этой статье мы исследуем мемы, циркулировавшие в Казахстане во время пандемии COVID-19 с начала марта до середины августа 2020 года. Мы покажем, как мемы могут оказаться полезным инструментом политических и социальных исследований и учат нас, как общества могут реагировать на различные кризисы. Теоретической основой этого исследования является семиология Ролана Барта, а также критические взгляды франкфуртской школы и культурологии.

Цели и задачи данного исследования можно обозначить несколькими вопросами:

1. Насколько политичны Казахские мемы?
2. Какие темы казахские мемы затрагивают/не затрагивают?
3. Кто такой «я» и «другой» в казахских мемах?
4. Встречались ли ксенофобные и расистские мемы в казахском сегменте?

От биологии до коммуникации: мемы

На *рисунке 1* изображен казахстанский простолудин, который отчаянно пытается провести той, но с двух сторон его останавливают ангел смерти и вирус COVID-19. Картинка была распространена пользователями бесчисленное количество раз, чтобы прокомментировать различные беспокойства, вызывающие глобальные и местные события. Ситуация в мире становится настолько ужасной, что люди отказываются справляться с ней со всей серьезностью. Обратным воздействием негативных новостей на людей стала форма комизма, которую в современном мире называют интернет-мемом.



Рисунок 1. @muratdilmanov, «Проведу той!»

Когда мы слышим слово «мем», мы сразу представляем себе разные забавные картинки и видео в интернете, но никак не думаем о биологии, хотя именно в этой науке возник этот термин. Термин «меметика» был впервые предложен биологом-эволюционистом Ричардом Докинзом в его популярной книге 1976 года «The Selfish Gene». Он предложил теорию о том, как культурная информация развивается и передается от человека к человеку посредством имитации (Докинз, 2016).

Согласно Докинзу (2016), когда один человек имитирует другого, от первого второму передается мем, подобно тому, как голубые глаза передаются от родителей к детям через гены. Меметика заимствована из дарвиновской теории эволюции. Она предполагает, что мемы конкурируют, воспроизводятся и развиваются так же, как и гены.

Пандемию COVID-19 сопровождало цунами мемов в социальных сетях. Множество людей начали активно пользоваться различными социальными сетями и мессенджерами и пересылать картинки со смешным текстом, при этом затрагивающие острые социальные проблемы. Как правило, во время кризиса людям трудно поддерживать позитивный настрой. Юмор стал хорошим средством, чтобы справиться со стрессом и достичь комфорта в период вынужденной изоляции, безработицы и ужаса смерти. Строгие карантинные меры, введенные во время пандемии коронавируса, дали людям много свободного времени. Этот факт вместе с доступом к сложным приложениям привел к спонтанной глобальной волне

мемов, связанных с COVID-19. Это социальное явление передавалось в социальных сетях так же вирусно, как и инфекция COVID-19.

История появления мема и его жанры

Мем, описанный Докинзом (2016), отличается от своего аналога. В частности, он представлял мем как культурную единицу, которая стремится к воспроизведению с целью собственного выживания. Мемы для Докинза по своей природе эгоистичны и ядовиты, они соревнуются, чтобы заразить индивидуальные умы и использовать их в качестве средств воспроизведения. В основном мемы для Докинза легко понятны, и базируются на слоганах, ключевых фразах и т. д. Как и гены, обязательные и необходимые для эволюции, которые он рассматривал как метафору мема (Докинз, 2016).

В течение следующего десятилетия ген перестал быть просто метафорой мема. Дуглас Хофштадтер взял теорию Докинза и представил ее в практической плоскости. Он обращает внимание на мемы из-за звуковой и визуальной конкуренции, предполагая, что мемы, в отличие от генов, будут соревноваться «с радио, телевидением, рекламными баннерами, газетами и журналами» (Hofstadter, 1983).

Мем имеет долгую историю, связанную с лингвистикой, психологией и философией. Современное значение мема сильно отличается от трактовок XX века, в большей степени слово описывает жанр. В последнее время мем все чаще используется за пределами академических кругов. На протяжении всей истории интернет-культуры социальные сети непрерывно распространяют интернет-мемы. Большинство пользователей Инстаграма и Фейсбука ежедневно сталкиваются с мемами и даже распространяют их. Снисходительный Вонка (Redditorchicagowillbeours, 2011, рис. 2) и Философский Раптор (blogSmosh, 2010, рис. 3) представляют собой макромемы, которые не заражают людей «словесными вирусами», как их описал бы Докинз, но скорее являются чем-то обыденным, действующим как катализатор культурного развития (Wiggins & Bowers, 2014). Интернет-мемы стали предметом изучения ученых из-за их значимости как вида деятельности и жанра в социальных сетях. Многие ученые изучают мемы, чтобы понять цифровую культуру. Однако мемы, занимающие важное место в анализе соцсетей, сильно отличаются от мемов, описанных и изученных Докинзом и Хофштадтером. Лимор Шифман отмечает, что мем используется «как призма для того, чтобы пролить свет на аспекты современной цифровой культуры» (Shifman, 2012).

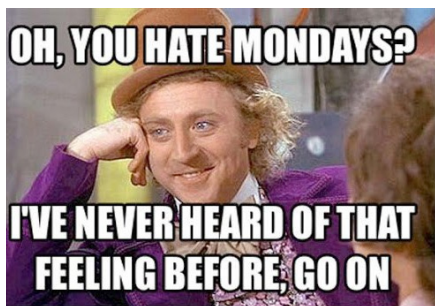


Рисунок 2

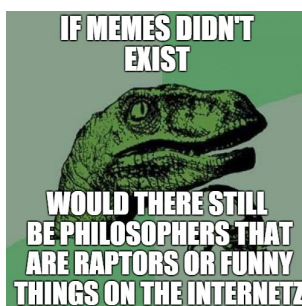


Рисунок 3

Мем, используемый исследователями цифровой и интернет-культуры, имеет некоторое сходство с мемом биологов-эволюционистов, но при этом имеет определенные отличительные характеристики. Ученые используют категорию мема, как это было задумано Докинзом, как метафору (Wiggins & Bowers, 2014). Шифман (Shifman, 2012) утверждает, что «человеческий фактор является неотъемлемой частью нашей концептуализации мемов и последние распространяются в ответ на технологический, культурный и социальный выбор, сделанный людьми».

Некоторые жанры мемов включают (www.thedailystar.net, 2018):

1. Классические мемы: фраза или изображение, которые никогда не исчезнут из-за своей актуальности или эмоциональной реакции.
2. Трендеры: они на пике популярности около месяца, сгорают очень быстро, а затем рушатся в черную дыру интернета, из которой вряд ли когда-нибудь снова увидят свет.
3. Чудо одного удара: эти мемы случаются только один раз, они абсолютно красивы, и вы, вероятно, никогда их больше не увидите.
4. Социальные сети: еще один жанр мема, когда пользователь делает скриншот шутки из Твиттера и повторно размещает его на странице Фейсбука, Инстаграма или в других социальных сетях.
5. Серии: коллекция мемов, которые следуют одному образцу или теме.
6. Ниша: скрытые мемы, доступные только определенной аудитории.
7. Незнание: не имеет абсолютно никакого смысла, после просмотра такого мема вы засмеетесь, но не поймете, над чем.
8. Юмор фарса: когда трендер настолько устает от самого себя, что готов на все, лишь бы стать смешным. Например: у меня есть мем «Папа, почему меня зовут ___?». Это просто «Папа, почему я папа?», «Потому что папа», «Спасибо, папа», «Добро пожаловать, папа», с фотошопом лица отца на голове сына. Это так глупо, что невозможно удержаться от смеха.
9. Комиксы: к интернет-комиксам относят лаконичные креолизованные тексты, включающие обычно 2–4 изображения, которые иллюстрируют веселую историю.
10. Фанбаза: каламбуры конкретных телешоу или одни и те же кадры персонажей фильмов и сериалов, таких как «Игра престолов», «Гарри Поттер», «Офис».
11. Полезность: тенденция к созданию полезных мемов.
12. Образование: в эпоху, когда трудно получить хорошее образование, у вас есть три варианта: пойти на коучинг, научиться делать все самостоятельно или подписаться на страницы мемов, где можно найти эластичные экономические мемы для подростков-предпринимателей или математические мемы с логарифмической шкалой.

Активно функционирующие виды интернет-мемов (memepedia.ru, 2020):

1. Визуальные: самые массовые. Это картинки, макросы, демотиваторы, эдвайсы, комиксы, фотожабы, фейсы и прочее.

2. Аудиальные: песни, слоганы, девизы.
3. Текстовые: любые словесные выражения, неологизмы, стихотворения, слоганы, существующие в текстовом виде.
4. Смешанные: к ним можно отнести видеомемы, потому что они сочетают в себе визуальные и аудиальные признаки. По некоторым источникам к смешанным (креолизованным) мемам относятся картинки с текстом, потому что они совмещают в себе и визуальный, и вербальный контент.

В данной работе мы рассматриваем только визуальные и текстовые мемы.

Семиология мемов

Один из подходов к анализу мемов – семиологический. В данном случае мем может рассматриваться как миф в осознании Ролана Барта. В собственном исследовании Барт обращается к анализу «мифологии» передового общества, общества потребления. Барт оценивает миф с семиологической точки зрения как знаковую систему, структуру похожую на естественный язык (Barthes, 1972). Он подразумевает, что мифом можно обозначить все что угодно: «Я полагаю, что дело обстоит именно так, поскольку суггестивная сила мира беспредельна. Любую вещь можно вывести из ее замкнутого, безгласного существования и превратить в слово, готовое для восприятия обществом, ибо нет такого закона, естественного или иного, который запрещал бы говорить о тех или иных вещах» (Barthes, 1972). По воззрению Р. Барта, носителем мифического сообщения способно работать все: фотография, письмо, кино, спорт, реклама.

Как и Фердинанд де Соссюр (Saussure, 1916), Барт выделяет в структуре социокультурных символов 3 ведущих элемента: означающее, означаемое и знак. Кроме предложенных Ф. де Соссюром, Барт выделяет в структуре знаковых систем 2 значения (плана) значений: денотацию и коннотацию (Barthes, 1968). Изначальную степень составляющих символа, значений оформляют денотативные сообщения – «буквальный», «очевидный» значения символа. Это сообщения (фразы, фрагменты, тексты), которые сведены к собственным предметным значениям и лишены добавочных содержаний. В рекламном слогане чипсов Lay's: «Открыв веселье, не останавливайся» (Once you pop, the fun don't stop) таким денотативным сообщением будет буквальный смысл фразы. То есть, «открой веселье и не останавливайся». Эта фраза включает в себя означающее (образ звукового и графического ряда текстов, синтаксические нормы воспринимаемой фразы) и означаемое (буквальное значение текстов и отношений). Повторная степень значений надстраивается над изначальным (денотативным) и производится из коннотативных извещений – «символических» содержаний, имеющих форму социокультурных и индивидуальных ассоциаций и реляций, получающихся в процессе декодирования читателем определенного слова (фразы, фрагмента). То есть «наряду с более или менее твердым предметным значением, всякое слово пропитано множеством текучих, изменчивых, идеологических смыслов, которые оно приобретает в контексте своих употреблений» (Барт, 2008). Таким образом, во фразе из рекламы Lay's: «Открыв веселье, не останавливайся» мы «просчитываем» дополнительные смыслы, составляющие суть самой рекламы: с открытой

пачки чипсов начинается веселье, и слоган призывает не останавливаться на одном кусочке или пачке и продолжать веселиться. В коннотативном сообщении мы обнаруживаем означаемое (дополнительные смыслы) и означающее (стилистические фигуры, особенности соединения слов и фраз, метафоры, метонимии). Впрочем, означающее коннотативного сообщения на самом деле уже образовано денотативным сообщением и применяется в качестве вторичного означающего и приводит к выходу в свет вспомогательного означаемого, вследствие этого выражают, что коннотация вторична по отношению к денотации: «Коннотативная система есть система, план выражения которой сам является знаковой системой» (Барт, 2008). Коннотация, «произрастающая» из денотации, не исчерпывает последнюю, так как «денотативных означаемых всегда больше, чем коннотативных (без этого высказывание вообще не могло бы существовать)» (Кокарева, 2014).

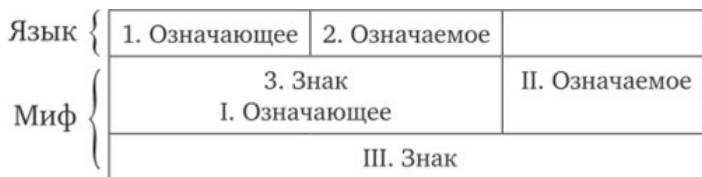


Диаграмма мифа о значимом значении.

Коннотация имеет весомый смысл в обществе на основе изначальных систем (естественных языков), каждый день используя знаковые системы (различные социокультурные виды – фотография, реклама, кино, одежда и др.): «Когда мы читаем газету, идем в кино, смотрим телевизор или слушаем радио можно сказать, что мы все время получаем и воспринимаем сплошь коннотативные сообщения», «можно утверждать, что мы живем в коннотативной цивилизации» (Барт, 2004: 409–415). Коннотативные смыслы имеют все шансы «прикрепляться не только лишь к символам натурального языка, но и к разным вещественным предметам», выполняющим практическую функцию и становящимся знаками-функциями (обычная куртка и норковая шуба осуществляют схожую практическую функцию укрыть тело человека от холода; но в то же время они имеют все шансы свидетельствовать о разном общественном и имущественном состоянии людей). Коннотативные смыслы часто неопределенны и расплывчаты, во многом зависимы от социокультурного и исторического контекста и, как правило, не укрепляются ни в каких толковых словарях. Вследствие чего их определение во многом зависит от кругозора и проницательности воспринимающего (Барт, 2008: 432).

Разбирая мифы, Барт пришел к выводу, что они представляют собой совокупность коннотативных означаемых, а значит, образуют скрытую степень идейных иллюзий, которые «властные структуры общества потребления транслируют посредством «мягких» семантических механизмов» (Дьяков, 2008). Ведущей функцией мифа считается перемена реальности, создание такого вида действительности, который совпадал бы с ценностными ожиданиями людей-носителей мифологического сознания. Барт приводит пример с фото из французского журнала, где изображен африканский юноша во французской военной форме, смотрящий на развевающийся французский флаг. То, что показано на изображении, является непосредственно смыслом знаковой системы.

Мифологическое значение изображения, состоящего из скрытых коннотативных означающих заключается в том, что Франция – великая империя, и все ее сыны независимо от цвета кожи, верно служат под ее знаменами, и что нет лучшего ответа критикам так называемой колониальной системы, чем рвение, с которым этот молодой африканец служит своим так называемым угнетателям (Barthes, 1972).

Барт определяет миф как коммуникативную систему, означающую некоторую идею, которая является формой для нее. «Миф – это вторичная семиологическая система. Знак первичной системы становится всего лишь означающим во второй системе» (Barthes, 1972). Миф паразитирует на знаках: он превращает знак в собственную форму, обедняя значение и подпитываясь за его счет. Конфигурация мифа имеет концепт – некоторые размытые представления о действительности, которые имеют все шансы быть поняты особой аудиторией. Концепт деформирует содержательную сторону знака (Barthes, 1972). Воспринимая означающее мифа как неразрывное согласие значения и формы, мы становимся читателями мифа и воспринимаем его как конкретную репрезентацию концепта. В случае, если разбирать мемы как мифы, то возможно приписать структуру буквально всякого из них, потому что для мема характерно менять первичную структуру собственных элементов и делать следующую методом привнесения какой-нибудь идеи. Кроме этого, семиотический расклад разрешает разбирать элементы мема, его форму, денотативное и коннотативное выражение. Плюс предоставленного расклада в том, что он может быть применен для анализа идейных функций мемов, их воздействия на социальное воображение, а еще намерений выражения мема. Дефект заключается в недоступности интереса к механизмам распространения мемов, их появления. Как и в редукционистском раскладе, появляется неувязка с широтой определения и филиалов шуток, рекламы, идеологем от мема (Лысенко, 2018).

Данные, обнаруженные в социальных сетях, показывают, что мемы о COVID-19 обычно содержат социальную критику, пародию и мотивацию. Выявляя сообщения, мы используем семиологическое исследование Ролана Барта, которое включает знаковые, денотативные и коннотативные значения. Инструмент анализа, использованный в этом исследовании, – теория семиологии Ролана Барта. Семиология Ролана Барта фокусируется на частях знака, коннотации, обозначении мифа, поскольку анализ данных включает в себя знак (изображение, форма, цвет в мемах о COVID-19), коннотацию (субъективное значение текста), денотацию (объективное значение текста) и миф (как отправлено сообщение).

В результате исследования мы выяснили, что мемы, созданные казахстанскими пользователями во время пандемии COVID-19 тесно связаны с теорией Ролана Барта. На первый взгляд, мемы также описывают визуальную информацию, но в действительности за визуальным передают истинное значение текста. Так же это сложилось в примере с мемом «Человек и парикмахер» (рис. 4).

Коннотация этого мема показывает нам обросшего человека, который пришел подстричься к парикмахеру. Однако денотативная мысль этой картины передает развернутую историю о сложившейся ситуации в мире, когда люди были вынуждены провести много дней в домашней изоляции.

Рисунок 4. @muratdilmanov «Человек и парикмахер»



Культура и культуркритика мемов

Возьмем $M = \{A1, A2, A3, \dots\}$ как конечный (и динамический) набор любых культурных институтов определенного человеческого общества в определенном месте. Культурные учреждения могут иметь определенный образ жизни или системы убеждений, традиции, музыкальные жанры и т. д. с определенной степенью принадлежности к обществу. Множество M осознается как динамическое, поскольку члены множества меняются во времени под влиянием динамики общества: эндогенно, в результате расцвета культуры, и экзогенно, через культурные ассимиляции, аккультурации, коммуникации и взаимодействия индивидов общества с другим обществом (Situngkir, 2004).

Прежде чем строить какую-либо формализацию мема и того, как мы используем его в культурных исследованиях, мы должны осознать техническую разницу с его генетическим аналогом. Используются многие концепции гена в меметике, особенно в процессе, который при использовании в области социальных наук затем используется в вычислениях. Согласно Николасу Рэдклиффу и Патрику Сарри (Radcliffe & Surry, 1994; 1–16), основное различие между ними заключается в следующем: прежде чем мем передается, он обычно адаптируется человеком. Другими словами, человек передает мем под ракурсом своего понимания и обрабатывает его соответственно, тогда как гены передаются безразборно. Эта характеристика мема – то, что мы считаем важным для понимания культурного процесса в обществе.

Культура является многослойной в иерархиях объекта описания, ее части нелинейно составляют более высокий уровень описания. Важное примечание, которое мы получили от работы по традиционному культурному анализу, заключается в том, что культура развивается в зависимости от того, как культурные единицы влияют друг на друга. Другими словами, мы можем сказать, что человек развивает культуру посредством «имитации» другой культурной единицы в ее эмпирическом пространстве. Под имитацией мы понимаем обращение к любой другой

культурной единице, давая ей степень принадлежности к нашему собственному культурному пространству. Результат очень часто будет не таким, как культура, которую мы копируем, зависит от нашей собственной культурной системы, нашего интеллекта и многих других когнитивных и внешних факторов. Культурная единица, тем не менее, имеет разные уровни охвата. Она может быть такой же простой, как любой мелодичный звук, мода, или сложной, как система убеждений. Это предположение объясняет, почему существует много различий между панк-сообществами в Европе и их коллегами в мире. Хотя следует признать, что панк-сообщества в Индонезии относят свою культуру к европейской. Поэтому мы определяем подражание как добавление каких-то других культурных единиц в нашу собственную культурную систему. Так воспроизводится культурная единица и культура улучшает *suigeneris* (лат. «единственный в своем роде»). Культура улучшается путем воспроизведения культурной единицы. Это общий термин для явлений, связанных с заразительными культурными аспектами от места к месту, включая распространение мыслей и идей (Situngkir, 2004).

Согласно предложению Докинза и основных меметистов, мем – это культурная единица, которая имитируется (Blackmore, 1998) как абстракция и хранится в нейронах мозга (Lynch, 1998). Поскольку это абстракция, нам не разрешается рассматривать мем как наименьшую информационную единицу в культурной эволюции в целом, но это наименьшая информация, которую мы используем для объяснения любой культурной эволюции. Таким образом, мем может быть очень небольшой частью культурных объектов (например, музыкальная нота; способ использования обуви) или же крупной частью культуры (например, национализм, религия). Другими словами, мем – это аналитический инструмент для объяснения культуры и ее распространения, и в целом, эволюционный процесс (Situngkir, 2004).

В процессе своей эволюции мемплекс (меметический комплекс) передается «от одного мозга к другому» оптимальным образом в два шага, то есть:

1. Горизонтальная передача, процесс культурного обмена между лицами, не являющимися членами семьи.
2. Вертикальная передача, формы меметического процесса между родственными людьми (Gatherer, 2002).

Мы ожидали увидеть конструирование «я» и «другого» в казахстанских мемах. Самое удивительное, что анализ 130 мемов почти не выявил «других». В том числе в период пандемии в Казахстане не затрагивались такие группы меньшинств, как этнические, религиозные, классовые и почти не появлялись в мемах. Единственным «другим», которого можно было проследить косвенно, были китайцы: в одном из мемов было написано: «СДЕЛАНО В КИТАЕ» [Рисунок 5]. Это было незначительное явление, но оно повторилось лишь дважды в 130 мемах.

Рисунок 5. *Tengrinews*

Есть свидетельства того, что юмор – это распространенный инструмент сопротивления во время политической борьбы (Kartan, 2016: 567–587). Подавленные нации и меньшинства подрывают гегемонию с помощью юмора и сатиры. Политическая сатира отражает дисфункцию руководства, наводнение свидетельств коррупции и несправедливости. Но, с другой стороны, юмор трактуется как механизм снятия давления, сглаживания конфликтов и построение солидарности.

Как мы можем объяснить это отсутствие подрывной деятельности? Ответ может быть получен из двух основных теоретических парадигм социальной науки. Функционалистский подход предполагает, что мемы являются источником облегчения и социальной интеграции (Kuipers, 2008: 365–402; Stephenson, 1951: 569–574). Критический подход, которого придерживается франкфуртская школа, рассматривает развлечения как отвлечение общественного внимания от важных вопросов. По мнению критически настроенных ученых, средства массовой информации скрывают дифференцированный доступ к социальным ресурсам. Культурные индустрии создают иллюзию не слоистого общества, предлагая бесплатный доступ к одному продукту – развлечениям для масс (Adorno, 1973). Ученые франкфуртской школы заметили, что главная черта культурной индустрии – это повторение (Jandric, 2017). Стандартизация продукции порождает стандартизацию аудитории и питает то, что Маркузе назвал «одномерным человеком» (Marcuse, 1964). Нет более определенного выражения повторения и дублирования, чем цифровые мемы. Но разве эта волна творчества также поощряла подавление? Франкфуртская школа утверждала, что культурные продукты современной эпохи являются стандартными, потому что они были созданы на фабриках корпораций, для накопления капитала (Benjamin, 2008). Но за этими мемами нет ни промышленного механизма, ни намерения получить экономическую выгоду. Следовательно, мемы нельзя понимать просто как реакционный акт, призванный отвлечь общественное мнение от неудач государственного аппарата. И подход, который рассматривает юмор во время кризиса как средство облегчения

стресса и социальной интеграции, и подход, рассматривающий юмор как конструкцию фальшивой солидарности и отвлекающую внимание от элит, являются проявлениями упрощения и чрезмерной примитивизации.

Психология мемов

В «Толковании снов» (Freud, 1900) Зигмунд Фрейд сделал много предварительных связей между психическими процессами, обнаруживаемыми при воспроизведении сновидений, и созданием юмора. Как и во сне, шутки являются выходом для бессознательных, подавленных и «запрещенных» чувств, таких как желание, фобия или страх перед странным, а смех действует как клапан, освобождающий нас от того, что нам мешает. Другими словами, шутки или юмор, если использовать обобщенный термин – позволяют нам косвенно справляться с трудными вещами и говорить о вещах, которые мы обычно не в состоянии сделать. Воодушевленный перепиской со своим другом Вильгельмом Флиссом, Фрейд продолжил писать книгу, полностью посвященную исследованию комизма, юмора и шуток, под названием «Остроумие и его отношение к бессознательному» (Freud, 2014). Позже Фрейд заметил, что в этой работе «на самом деле юмор рассматривался только с экономической точки зрения» и исправил это в короткой статье «Юмор» (Freud, 1928: 1–6), в которой был представлен юмор со стороны переработанной структурной модели психики. Структурная модель Фрейда была в значительной степени развита в «Эго и Ид» (Freud, 1961). Основной текст этой статьи суммирует вклад Фрейда в психоаналитическую теорию юмора. Позднее психоаналитические разработки опираются на теорию юмора Фрейда.

В «Остроумие и его отношение к бессознательному» Фрейд заявляет, что бессознательные процессы, участвующие в развитии шуток, почти идентичны процессам, связанным со сновидениями. Во сне предсознательный «остаток дня», включая подавленные в сознании желания и импульсы, фильтруется через динамическую бессознательную часть психики. Эти желания и побуждения отвергаются в целях защиты из-за их несоответствия с усвоенными общественными ограничениями на приемлемое поведение и выражение. Чтобы спящий продолжал спать вместо того, чтобы его беспокоила обработка такого материала, бессознательное маскирует его, придавая ему измененную форму, которая больше не представляет угрозы, и делает этот материал доступным для сознания. Весь этот процесс называется работой сновидения. Работа-шутка является коррелятом работы сновидения наяву, и эти два процесса имеют много общего. Кажется, что шутки приходят к своему создателю завершенными, в кратковременный период пустоты, сигнализируя об их появлении из бессознательного, подобно нынешней теории восходящей обработки когнитивной психологии (Rauss, 2013: 4, 276). Что еще более важно, шутка меняет неприемлемые импульсы, и эмоции превращаются в приятные. Это происходит посредством замены непристойности, агрессии, цинизма и глубокого скептицизма смехом. Работа сновидений и шутка в равной степени используют следующие психические инструменты для завершения этих преобразований: конденсация, смещение и косвенное представление. Фрейд (Freud, 2014) приводит следующий пример: «Торговец лошадьми рекомендовал седельную лошадь покупателю. «Если вы возьмете эту лошадь и сядете на нее в 4 часа утра, то в 6.30 вы будете в Прессбурге». – «А что я буду делать в Прессбурге в 6.30 утра?». (Freud,

2014: 67). Косвенное представление включает такие приемы шуток, как абсурд, ошибочные рассуждения и аналогии. Фрейд (Freud, 2014) приводит пример: «Каждый человек имеет и свою моральную изнанку, которую он не показывает без нужды и прикрывает штанами хорошего воспитания до тех пор, пока это возможно» (Freud, 2014: 46). Сновидение служит преимущественно стремлению избежать неудовольствия, острота – получению удовольствия. Фрейд (Freud, 2014:97) добавляет: «в обеих этих целях совпадают все виды нашей душевной деятельности».

В заключении своей книги Фрейд заявляет, что юмор, как и подавление, является защитным механизмом (Freud, 2014). Хотя он отмечал, что «у нас складывается впечатление, что субъективные детерминанты шуточной работы часто не так уж далеки от детерминанта невротического заболевания» и «шутник – разобщенная личность, предрасположенная к невротическим расстройствам», он быстро отклонил любую внутреннюю связь между юмором и неврозом (Freud, 2014: 142). Вместо этого он пришел к выводу, что юмористическое замещение, в отличие от других защитных механизмов, напрямую сталкивается с предполагаемой психической угрозой. Юмор признает существование угрожающего аффекта и преобразует его с помощью механизмов, описанных выше, в приятный эффект (Freud, 2014). В своей статье «Юмор» Фрейд отмечает, что этот здоровый защитный маневр стал возможным благодаря выравниванию Я и Сверх-Я, а также внутренним голосам наших родителей, которые побуждали нас быть храбрыми, «принять юмористический подход, чтобы предотвратить страдания, «взбодриться и упорствовать» (Freud, 1928: 1–6). Таким образом, он все еще может помочь нам адаптироваться к жизненным вызовам. По словам Фрейда (Freud, 1928: 1–6): «Юмор не смиряется; он мятежен. Он означает триумф не только эго, но и принципа удовольствия, который достаточно силен, чтобы заявить о себе здесь перед лицом неблагоприятных реальных обстоятельств».

В заключении эта статья представляет собой обзор проведенного Фрейдом (Freud, 2014) сравнения работы сновидений и работы с шутками, представляет собой обобщение экономической модели шуток, включая внутренние психические процессы, происходящие как у рассказчика, так и у слушателя, и резюмирует добавления Фрейда (Freud, 1928: 1–6) к его теории юмора.

Мемы и COVID-19

Интернет-мемы приобрели небывалую популярность в последние несколько лет. Ежедневно создаются тысячи мемов, и все они следуют за мировыми тенденциями. Чаще всего мем является саркастическим комментарием произошедшей неловкой ситуации. Ситуация с кризисом COVID-19 и глобальным карантинном предлагает множество поводов для создателей мемов.

Пандемия COVID-19 стала актуальной темой для всего общества во всем мире. Роль социальных сетей как средств коммуникации делает эту тему широко распространенной, особенно среди создателей мемов. В последнее время мемы о COVID-19 широко распространились в социальных сетях, таких как Инстаграм, Фейсбук, Твиттер и веб-блогах. Анализ данных о значении мема COVID-19 с точки зрения семиологии Ролана Барта показывает, что создатели пытаются выявить социальное

состояние с помощью мемов. Оно выражается именно в мотивационном, критическом меме и меме-пародисте.

Мотивационный мем мотивирует общество заниматься позитивными делами. Пародистские мемы создаются для того, чтобы передать сообщение читателям в форме сатиры. Критические мемы используются создателями, чтобы выразить свои мысли о социальном разрыве в обществе, вызванном, в частности, COVID-19. Разрывы во время пандемии проявляются в увеличении числа безработных, высоком уровне смертности и семейных разногласий. С помощью пародийного мема создатели пытаются донести сатирические сообщения, чтобы предотвратить распространение вируса. Мотивационные мемы мотивируют на положительные действия в этот непростой период. Месседж таких мемов примерно следующий: карантин – хорошая возможность заняться полезными делами, или сделать то, что долго откладывали на потом и работать из дома.

Показателен смысл, полученный из описания социальных проблем, выраженных через мемы о COVID-19. Эти проблемы включают в себя безработицу, изменение образа жизни и системы образования, сужение общественного доступа и социальное дистанцирование. Все эти проблемы представлены визуальными и вербальными знаками в мемах о COVID-19 в социальных сетях.

Как упоминалось выше, в данном исследовании мы будем изучать мемы, созданные казахстанскими интернет-пользователями. Мемы, появившиеся в интернет-сегменте Казахстана с марта по октябрь 2020 года, можно классифицировать следующим образом:

<i>Тематика интернет-мемов</i>	<i>Количество</i>
<i>2020 год</i>	8
<i>Зараженные</i>	4
<i>Вакцина</i>	3
<i>Карантин</i>	13
<i>Медицинские маски</i>	12
<i>Самолечение</i>	5
<i>Дистанционное обучение</i>	2
<i>ПЦР-тесты</i>	2
<i>Политика</i>	19
<i>Государственные меры</i>	3
<i>Социальная выплата 42 500 тенге</i>	21
<i>Той</i>	14
<i>Фейковые новости</i>	3
<i>Другие</i>	21
<i>ИТОГО</i>	130

Теперь разберем данные мемы по упомянутым темам.

Мемы про 42 500 тенге

Выплата государственного пособия в сумме 42 500 тенге на практике оказалась проблемной для отдельных граждан Казахстана. В связи с этим в медиапространстве поднялась волна недовольства в адрес государства. Это повлияло на создание колоссального количества интернет-мемов на эту тему.



Рисунок 6. @qonandoyle

Рисунок 6. meme-arsenal.com

Рисунок 6. meme-arsenal.com

На рисунке 6 мем в жанре «социальные сети», представлен как скриншот из поста в Твиттере повторно размещенной в других социальных сетях. На скриншоте «твит» Дональда Трампа, где он якобы жалуется на то, что не может зайти на портал Egov.kz и решить проблему с электронно-цифровым ключом. В конце твита экс-президент США (тогда еще президент) просто просит выплатить ему 42 500 тенге. В самом деле, многие граждане Казахстана сталкивались с такой проблемой, и всевозможными путями старались получить государственную выплату, но в конечном итоге для большинства это оказалось невозможным.

Рисунок 7 – мем о непродуманных действиях правительства страны. Сначала власти объявили о выплате социального пособия для людей, которые не трудоустроены. После того как многие граждане Казахстана получили выплату, появилась новость о том, что полученную социальную выплату нужно вернуть государству, что ввело граждан в замешательство.

На рисунке 8 изображены герои киновселенной: Бэтмен и его помощник Робин. Мем выполнен в жанре интернет-комикса. Робин спрашивает про пособие в 42 500 тенге, но Бэтмен в ответ дает пощечину, передавая тему раздраженности общества указанной болезненной темой. Напомню, в связи с безработицей и карантином, многие люди нуждались в финансовой поддержке, но не всем гражданам выплачивали данное государственное пособие.

Мемы про казахские тои (торжества)

me calling the police to snitch on someone having a ТОЙ



Рисунок 9. @alpystogyz

*Қазақтың тойы бітпесін

Коронавирус:



Рисунок 10. @ashyq_aspannn



Рисунок 11. @kiyelitezek

Той (свадебное торжество) – одно из проявлений этнокультурной и социальной ментальности казахстанского общества. Большое количество тоев философы связывают с большим жизнелюбием казахов. Однако в последние годы облик национального обычая изменился до неузнаваемости. Современные тои, потеряв былую содержательную привлекательность, приняли нездоровый состязательный характер.

С начала пандемии коронавируса президент Казахстана запретил проведение тоев. Нарушителей наказывали по статье 476 Кодекса об административных правонарушениях. Также участники тоя должны были нести равную ответственность за нарушение карантина – это штраф в размере 26 000 тенге либо арест до 15 суток (inform.kz, 2020). Но несмотря на это, казахстанцы проводили пышные торжества и во время карантина, что стало поводом для большого количества интернет-мемов на данную тему. К примеру, на *рисунке 9* мужчина звонит полицейским, чтобы сообщить о том, что кое-кто проводит той.

Мем на *рисунке 10* гласит, что казахские тои никогда и не прекращались, а внизу фото маленькой девочки, которое являет собой реакцию коронавируса на данное заявление. Взглядом и улыбкой девочка словно говорит: «Это вам с рук не сойдет».

Для создания мема на *рисунке 11* была взята за основу картина французского художника Жосса Лиферинкса, которая дополнена репликами: «Пусть молодожены будут счастливы», «Да не прекратятся никогда казахские тои», «Дорогие гости, не расходитесь», «Останьтесь, тут же проведем похороны невестки».

Мемы про маски



Рисунок 12. @funlovekz



Рисунок 13. @funlovekz



Рисунок 14. @funlovekz

На *рисунке 12* изображена девочка в очках и маске. Проиллюстрирована проблема многих людей во время карантина – это очки, которые часто запотевают. Вдох-выдох, и уже ничего не видно.

На следующем рисунке главный «герой» – это уши, на которых держатся серьги, очки, наушники, а теперь еще приходится держать и маску. Тенденция породила мем, в котором уши якобы возмущены: «Может, я еще твою сумку понесу?».

В последнем рисунке в категории «мемы про маски» изображен человек в явно комичной теплой маске, который готов к зиме и спрашивает у других, готовы ли они.

Мемы про политику



Рисунок 15. @qonandoyle

*Токаев поручает госслужащим работать из дома

Госслужащие работают дома:



Рисунок 16. @ashyq_aspannn



Рисунок 17. @alpystogyz

На рисунке 15 коллаж из фото Президента Казахстана Касым-Жомарта Токаева, у которого выражение лица меняется с каждым месяцем 2020 года, что иллюстрирует ситуацию в стране, которая становится все неопределеннее.

В следующем меме надпись: «Токаев поручает госслужащим работать из дома». Снизу фото-продолжение: госслужащий играет в компьютерную игру «Паук», которое говорит о том, что госслужащие хорошо проводят время дома.

На рисунке 17 изображен скрин новостного сообщения о том, что Токаев поручил Министерству здравоохранения снизить смертность от коронавируса до минимума. Продолжением этого мема показывают кадр из мультфильма «Мадагаскар», где пингвины говорят: «Парни, мы сделали это. Коронавируса больше нет».

Мемы про карантин



Рисунок 18. @kiyelitezek



Рисунок 19. @muratdilanov

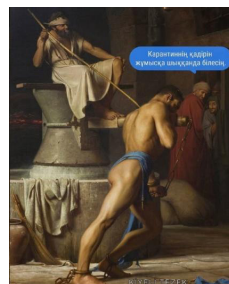


Рисунок 20. @kiyelitezek

Чтобы хоть как-то остановить распространение вируса, Правительство Казахстана ввело некоторые ограничения. Карантин, введенный в середине марта, продлился более пяти месяцев. Люди не ожидали такого рода поворота событий и были вынуждены оставаться в изоляции долгое время. Одним из важных последствий этой изоляции стало нарушение ментального здоровья.

В меме на *рисунке 18* мальчик сидит со своим питомцем и между ними развивается диалог. Он говорит: «Я устал от карантина». Собака, с удивлением глядя на хозяина, спрашивает: «Ты что, разговариваешь со мной?». В следующем рисунке проиллюстрирована ситуация в парикмахерской, где обросший мужчина пришел постричься и побриться после долгого карантина. В последнем меме можно увидеть картину Карла Блоха «Самсон и филистимляне», в которую была добавлена реплика: «Как только выйдешь на работу, начнешь ценить карантин».

Мемы про фейковые новости



Рисунок 21. @ashyq_aspannn

Рисунок 22. @ashyq_aspannn Рисунок 23. @funlovekz

Ложная информация доходит до людей быстрее, чем правдивая. Особенно в кризисных ситуациях наблюдается повышенная склонность доверия населения слухам, а не официальным источникам. Вследствие чего люди распространяют полученную информацию, не проверяя первоисточники. Граждане обычно делают это без злого умысла, а просто потому, что недостаточно медиаграмотны, чтобы уметь распознать непроверенную информацию, влекущую серьезные последствия.

На *рисунке 21* собачка собирается укусить клубнику. Здесь собачка – воплощение отечественных блогеров и артистов, а клубника – фейковые новости и конспирологические теории. Фотография намекает на то, что публичные личности стали таргетом непроверенной информации, вследствие чего они распространяют ее через социальные сети.

Рисунок 22. Большинство не верит в то, что коронавирус существует. Зато верит в его распыление на вертолетах над городами, смертельные вышки 5G, и что это всемирный заговор. Фейковые рассылки в WhatsApp о самолечении с помощью соды, чеснока и имбиря также являются дезинформацией.

На последнем рисунке врачи (семейные чаты в WhatsApp) преклоняются перед кошкой (*fake news*). Это комментарий к тому, что

зачастую пользователи социальных сетей и мессенджеров пересылают друг другу различные сообщения, впоследствии оказывающиеся неправдивыми.

В социальных сетях существуют отдельные сообщества и иллюстраторы, которые специализируются на создании интернет-мемов. Основные из них: Qonandoyle, где можно увидеть видеомемы, в Kiyelitezek можно заметить, что мемы репрезентуют образы исторических личностей или переосмысление известных мировых картин. В аккаунтах Muratdilanov, Sharalague мемы подаются в форме иллюстраций.

Заключение

Мемы используются во многих сферах: политика, повседневная жизнь, здоровье и др. Изучение различных форм устной истории, таких как фотографии и мемы, могут способствовать пониманию прошлого с помощью нашего визуального восприятия. На самом деле они могут оказаться более эффективными, чем книги и официальные источники.

В данной статье мы проанализировали казахстанские мемы, созданные во время пандемии, взяв за теоретическую основу семиологию Ролана Барта, школу Франкфурта и фрейдовские исследования остроумия. В ходе исследования мы ответили на заданные нами вопросы. В результате анализа было выявлено, что отечественные пользователи чаще всего освещают в мемах политические и бытовые проблемы. К таковым можно отнести проблему социальной выплаты в 42 500 тенге, обсуждения выступлений главного санитарного врача Жандарбека Бекшина и поручения Президента Касым-Жомарта Токаева о карантине. Меньше всего затрагивались такие темы как вакцинация, протесты, заражения, 2020 год. Также есть темы, которые в мемах не затрагивались вовсе, например, расизм. На вопрос: «Насколько политичны казахстанские мемы?» можем ответить, что они несут в себе некую идеологию протеста, которая, например, выражается в фразе мема: «Не возвращайте 42 500 тенге, это деньги народа».

Исходя из цели, задач и результатов исследования, можно сделать следующие выводы:

Вышеуказанные 18 мемов можно разделить на означающие и означаемые, которые в свою очередь могут характеризоваться вербальным текстом и визуальным изображением. Словесный текст – это текст, который появляется на картинке, а визуальное изображение – это все сообщения содержащиеся в меме от его фона до написанного текста в сообщении. В 18 приведенных выше мемах были обнаружены и проанализированы денотативное и коннотативное значения. Денотативное значение чаще всего было тесно связано с означающим и означаемым по теории Фердинанда де Соссюра, или денотативным значением по теории Ролана Барта. В этом исследовании мы смогли выявить несколько денотативных и коннотативных значений, содержащихся в рассмотренных казахстанских интернет-мемах.

Кроме того, ознакомившись с теорией франкфуртской школы, мы понимаем, что за мемами нет ни промышленного механизма, ни намерения получить экономическую выгоду. Следовательно, мемы нельзя понимать просто как реакционный акт, призванный отвлечь

общественное мнение от неудач государственного аппарата. Этот подход позволяет рассматривать юмор, в том числе казахстанские мемы, созданные интернет-пользователями вовремя пандемии COVID-19, как средство облегчения стресса и социальной интеграции во время кризиса.

Как мы отметили ранее, большая часть казахстанских мемов, появившихся во время вспышки COVID-19, не являются средством веселья, юмор в нашем случае – это способ адаптации к реальности. Если обратиться к теории Зигмунда Фрейда, шутки являются выходом для бессознательных, подавленных и «запрещенных» чувств, таких как желание, фобия или страх перед неизведанным, а смех действует как клапан, освобождающий нас от того, что нам мешает. Другими словами, юмор позволяет косвенно справляться с трудностями и говорить о вещах, которые мы не в состоянии выразить по-другому. Например, в случае рассмотренных политических мемов, часто затрагивались политические, бытовые темы или тема заражения, перед которыми граждане ощущают беспомощность. Вследствие этого данные казахстанские мемы играют роль некоего клапана для публики и позволяют ей справляться с трудными реалиями.

В результате анализа вышеперечисленных мемов (опубликованных с марта по октябрь 2020 года) нам удалось предположить реальную реакцию казахстанцев на пандемию COVID-19, и их точку зрения на злободневные темы. Другими словами, мемы стали для казахстанских интернет-пользователей важным инструментом реагирования на пандемию и выражения своих внутренних чувств с помощью юмора.

Список использованной литературы

1. Adorno, Theodor & Horkheimer, Max (1973). *Dialectic of enlightenment*. London: Allen Lane.
2. Barthes, Roland (1972). *Mythologies*, twenty-fifth printing, (1991)
3. Barthes, Roland (1968). *Elements of Semiology*, eleventh printing, (1986)
4. Barthes, Roland (1972). *Mythologies*. *MythToday*, twenty-fifth printing, (1991)
5. Benjamin, Walter (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction*. London: Penguin.
6. Blackmore, Susan (1998). "Imitation and Definition of a Meme. *Journal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*
7. Bradley E. Wiggins & G.B. Bowers. "Memes as genre: A structural analysis of the memescape."
8. Christoff, Maria & Dauphin, Barry (2017). "Freud's theory of humor."
9. Freud, Sigmund (2014). *Остроумие и его отношение к бессознательному*. Додельцев Р. (Пер.), Санкт-Петербург: издательство Азбука.
10. Freud, Sigmund (1928). "Humour. *International Journal of Psychoanalysis*" 1–6.
11. Freud, Sigmund. (1961). *The ego and the id*. In J. Strachey (Ed. and Trans.), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*.
12. Freud, Sigmund (1900). *The interpretation of dreams*. *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*, Vols. 4 and 5.
13. Gatherer, Derek (2002). *Identifying cases of social contagion using memetic isolation: comparison of the dynamics of a multisociety simulation with an ethnographic data set*.
14. Hofstadter, Douglas (1983) *Metamagical themas: virus-like sentences and self-replicating structures*. *Scientific American* 14–22.
15. Isnaniah, Siti & Agustina, Tiya (2020). "COVID-19" meme in social media: study of Roland Barthes semiology."
16. Jandrić, P. (2017). *Learning in the age of digital reason*.
17. Kaptan, Yeşim (2016). "Laugh and resist! Humor and satire use in the Gezi resistance movement". In *Perspectives on Global Development and Technology*, 567–587
18. Kertcher, Chen & Turin, Ornat (2020). "Siege Mentality' Reaction to the Pandemic: Israeli Memes During Covid-19."
19. Kuipers, Giseline. (2008). *The sociology of humor*. In V. Raskin (Ed.), *The primer of humor research* (pp. 365–402). Berlin/NewYork: MoutondeGruyter.
20. Lynch, Aaron (1998). "Units, Events and Dynamics in Memetic Evolution". *Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission*
21. Marcuse, Herbert (1964). *One dimensional man: the ideology of advanced industrial society*. London: Routledge.
22. Pishghadam, Reza, et al. (2020). "Cultuling Analysis: A New Methodology for Discovering Cultural Memes."
23. Rauss, Karsten & Pourtois, Gilles. (2013). "What is bottom-up and what is top-down in predictive coding?" *Frontiers in Psychology*, 4, 276.
24. Radcliffe, N.J. & Surry, P.D. (1994). "Formal Memetic Algorithm" In T. Fogarty, T. (ed.), *Evolutionary Computing*:1–16. Springer-Verlag.
25. Shifman, Limor (2012). *An anatomy of a YouTube meme*. *NewMedia & Society*

- 187–203.
26. Situngkir, Hokky (2004). "On Selfish Memes: culture as a complex adaptive system."
 27. Stephenson, Richard (1951). Conflict and control functions of humor. *American Journal of Sociology*, 569–574.
 28. Saussure, Ferdinand de (1916). *Course in General Linguistics*. Ed. Charles Bally & Albert Sechehaye. Trans. Wade Baskin. New York: McGraw-Hill Book Company
 29. Барт, Роланд (2008) Основы семиологии: Нулевая степень письма, 432 с.
 30. Барт, Роланд. Рекламное сообщение. Система моды. М.: Изд. Сабашниковых, 2004. С. 409–415.
 31. Докинз, Ричард (2016). Эгоистичный ген. Фомина Н. О. (Пер.)
 32. Дьяков А. В. (2008). Философия постструктурализма во Франции
 33. Кокарева, Е. А. (2014). Семиология Р. Барта: письмо, идеология, мифология. Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология.
 34. Лысенко, Елизавета. (2018) Мемы в коммуникации молодежи. Вестник СПбГУ Социология.
 35. "Что такое мем" <https://memepedia.ru/about-memes/>
 36. [inform.kz, 2020 https://www.inform.kz/ru/kakoe-nakazanie-zhdet-kazahstancsev-za-organizaciyu-meropriyatij-vo-vremya-karantina_a3666847](https://www.inform.kz/ru/kakoe-nakazanie-zhdet-kazahstancsev-za-organizaciyu-meropriyatij-vo-vremya-karantina_a3666847)
 37. www.thedailystar.net

Instagram ресурсы:

1. [ashyq_aspannn https://www.instagram.com/ashyq_aspannn/](https://www.instagram.com/ashyq_aspannn/)
2. [alpystogyz https://www.instagram.com/alpystogyz/](https://www.instagram.com/alpystogyz/)
3. [kiyelitezek https://www.instagram.com/kiyelitezek/](https://www.instagram.com/kiyelitezek/)
4. [qonandoyle https://www.instagram.com/qonandoyle/](https://www.instagram.com/qonandoyle/)
5. [funlovekz https://www.instagram.com/funlovekz/](https://www.instagram.com/funlovekz/)
6. [muratdilmanov https://www.instagram.com/muratdilmanov/](https://www.instagram.com/muratdilmanov/)
7. [shapalaque https://www.instagram.com/shapalaque/](https://www.instagram.com/shapalaque/)
8. [konircat https://www.instagram.com/konircat/](https://www.instagram.com/konircat/)



АИДА ДАРЖАНОВА

В 2020 г. Аида получила степень магистра управления (Человеческие ресурсы) в Университете Мельбурна, Австралия, в дополнение к своим степеням журналистики и государственного управления, полученным в Университете КИМЭП. Аида имеет более 10 лет опыта в области исследований и бизнес-консалтинга в таких компаниях как: KPMG, АСТ, ADM Consulting Group. Аида гордится тем, что активно участвует в продвижении гендерного равенства в Казахстане, она увлечена организацией кампаний по расширению прав и возможностей женщин. Аида планирует продолжить свою карьеру в области исследований, получив докторскую степень, и внести свой вклад в развитие науки в Казахстане и во всем мире.



АЙДАНА ТЛЕУЛЕСОВА

Является магистранткой Университета Витовта Великого в Каунасе, Литва. В данный момент Айдана - независимая писатель, педагог, волонтер. Она специализируется в таких отраслях лингвистики как социалингвистика и мультилингвизм, что подразумевает связь языка с общественностью, в частности через СМИ. Во время учебы в Университете Айдана проходила стажировку в Германии и Эстонии и провела порядка десятка курсовых исследовательских работ на различные темы социалингвистики.



АЙМАН ЖАНАБЕКОВА

В 1993 окончила КазНУ им. аль-Фараби. В 1998-2001 г.г. аспирант кафедры «Казахской филологии» КазНУ им. аль-Фараби. В 2003-2011 годы являлась старшей сотрудницей «Отдела грамматики» в Институте Языкознания им. А. Байтурсынова, и с 2011 года является заведующей отдела «Прикладной лингвистики». Основная научная сфера - актуальные вопросы функциональной грамматики и корпусной лингвистики. В 2010 г. успешно защитила докторскую диссертацию на тему: «Языковая парадигма понятия времени в казахском языке». Доктор филол. наук Жанабекова А.А. является автором свыше 100 научных статей, из них 3 монографии.



АЙНУР СЛАМГАЖЫ

Докторантка Китайского университета коммуникаций (Институт коммуникационных исследований, 2016–2021), Пекин. Она получила степень бакалавра и магистра по специальности «Издательское дело» на факультете журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби. В настоящее время Айнур находится в Казахстане, являясь преподавателем и заместителем заведующего кафедрой издательско-редакторского и дизайнерского искусства факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби. Она имеет большой опыт работы в СМИ и коммуникациях в частном секторе: работала журналистом, а затем редактором в частном издательстве. Ее научные интересы – новые медиа, политические коммуникации и международные коммуникации.



АЙНУР ТОЛЕУ

Главный редактор Алматинского областного радио «Жетису». Литературовед. Основательница литературного клуба Janp в городе Талдыкоргане и составитель сборника поэтэсс Центральной Азии. Она также является автором диссертации на тему «Мифопоэтика современной казахской прозы» и призером (III место) Республиканской поэтической мушайры, организованной к 175-летию Абая.



АЛЛА КИСЛОВА

В 2020 году закончила магистратуру Казахстанско-Немецкого университета по специальности «Управление региональными процессами». Проводила диссертационное исследование «мягкой силы» Китая в Центральной Азии, которое включало анализ СМИ. Ранее Алла закончила бакалавриат по специальности «Международные отношения». Алла интересуется социально-экономическими и политическими процессами, происходящими в Центральной Азии и их освещением СМИ.



АМИНА УРПЕКОВА

В данный момент обучается на Докторантуре Будапештского университета имени М. Корвина. Ранее Амина училась на факультете истории и права ПГУ им. С. Торайгырова и на факультете журналистики и политологии ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. В период с 2015 по 2018 г Амина работала в отделе социально-политических исследований КИСИ при Президенте РК, а также в отделе социально-культурного развития Института системных исследований «Parasat». Сфера научных интересов Амины включает в себя такие темы как: казахская диаспора и диаспоральная политика Казахстана; межэтнические отношения и этнические конфликты; миграция, возвратная миграция в Центральной Азии.



АННА КЛИМЧЕНКО

Изучает вопросы дискурсивного анализа и языковой политики Республики Казахстан. Закончила магистратуру в Vytauto Didziojo universitetas в Литве, г. Каунас и защитила диссертацию на тему «Оценка языковой политики в Казахстане: Использование языков и языковые отношения к русскому, казахскому и английскому среди казахстанских студентов». Анна заняла II место на XIV студенческой научной конференции «Потенциал молодежи в новом обществе: качество образования и науки» в ПГУ им С. Торайгырова Университете в 2018. Являлась волонтером проекта PIAAC в Казахстане.



ГАЛЫМ ЖУСИПБЕК

Является независимым исследователем из Алматы и преподавателем кафедры социальных наук Университета имени Сулеймана Демиреля, где он преподаёт дисциплины по правам человека, религии и национализму. Галым имеет степень PhD в сфере международных отношений (Университет Анкары, Факультет политологии) и участвовал в проектах МОН РК. В последние годы Галым участвует в проектах, касающихся построения инклюзивных институтов, развития прав человека в постсоветских странах, современных идейных трендов в мусульманском мире, дискриминации прав человека по этническому, религиозному, гендерному признаку.



ДАНА УРАЗОВА

Является выпускницей 2021 года Университета им. Сулеймана Демиреля по специальности «Журналистика». В будущем планирует заниматься наукой и исследовать темы связанные с обществом и медиа. До поступления в Университет Дана принимала участие в Республиканской олимпиаде по языку «Jarqyn Bolaşaq» в номинации «Jas ğalymdar», где темой научной статьи являлось «Language features of schoolchildren» и выиграла призовое 1 место и грант в Университет имени Сулеймана Демиреля.



ДИАНА АЛПЫСБАЕВА

Молодая профессионал, имеющая опыт в области политологии, исследований в области мира и безопасности с опытом работы в региональных вопросах в Центральной Азии и странах СНГ. Диана работала проектным ассистентом в международной организации в Вене, продвигающей безопасность и многостороннюю дипломатию. Диана имеет степень бакалавра иностранных языков ЕНУ им. Л. Гумилева (2016 г.), и степень магистра в области исследований Мира и Безопасности Гамбургского университета (2017 г.), а также работала в Немецком Парламенте (2019 г.). Она говорит на пяти языках: казахском, русском, английском, немецком и французском и активно участвует в продвижении гендерного равенства среди своего сообщества.



ДИНА ДЖУЗБАЕВА

Молодая научная исследовательница, академический опыт которой начался с 2012 года, первого курса степени бакалавра на факультете философии и психологии в КГУ им. Букетова. Дина является магистром международных отношений Бухарестского Университета (Румыния) и защитила диссертацию по Каспийской Конвенции на румынском языке. Основными темами исследований Дины являются международные отношения (Центральная Азия, Балканские страны), равные права женщин, здоровье женщин в международной перспективе и медиа. В данный момент Дина работает в сфере международных отношений.



ДИНАРА АБИЛДЕНОВА

С сентября 2020 является старшим преподавателем кафедры культурологии и религиоведения КазНУ им. аль-Фараби, где и получила степени бакалавра и магистра. В своем докторском проекте при Цюрихском Университете Динара работает над брачными церемониями в Казахстане с теоретическим фокусом социальные нормы. Динара работала в исследовательском центре КазНУ Аль-Фараби а также в рамках различных Государственных проектах, одним из примеров которого является проект «Толерантность и солидарность как основа межкультурного общения в мире в контексте модернизации казахстанского общества».



ДИЛЬДАР СЕРДАЛЫ

Выпускница 2021 года Университета им. Сулеймана Демиреля по специальности “Журналистика”. Дильдар с детства увлекается фото и видео и участвовала во многих кино-фестивалях, в одном из которых “Girls Impact the World 2018 Film Festival”, фильм Дильдар попал в лучшую двадцатку мира. В будущем планирует заниматься наукой и продолжать обучение в сфере журналистики.



ЕСЕНГУЛ КАПКЫЗЫ

Журналистка, медиа-тренер, кандидат филологических наук, старший преподаватель Университета имени Сулеймана Демиреля, руководитель информационного агентства «Минбер».



ЖАНАР ТЕМИРБЕКОВА

Ректор Международного казахско-турецкого университета им. Х.А.Ясави. Обучалась в ведущем турецком университете Хаджеттепе. Кандидат экономических наук. Научные интересы Жанар включают в себя трудовые ценности, женское предпринимательство, трансформационное лидерство и Болонский процесс. Жанар руководила научными проектами по грантовому финансированию Комитета науки МОН РК и международных фондов. Опубликовала более 40 научных работ, имеет ряд публикаций в международных изданиях, в том числе в журналах с импакт фактором и 4 монографии. Индекс Хирша: 5; i10:2, владеет казахским, русским, турецким и английским языками.



ИЛЬДАР ДАМИНОВ

Является выпускником Венской дипломатической академии и, в данный момент, работает научным сотрудником и аналитиком частной консалтинговой фирмы Visionary Analytics, находящейся в городе Вильнюс, Республика Литва. Географическая сфера интересов Ильдара включает в себя Центральную и Восточную Европу, а также Центральную и Восточную Азию. Функциональный фокус исследований Ильдара включает в себя сравнительный анализ политических процессов в Европейском союзе и посткоммунистических странах; Европейскую социальную и образовательную политику; политическую коммуникацию и контент-анализ; а также функционирование и эволюцию авторитарных режимов.



КРИСТОФ П. МОР

Кристоф П. Мор в настоящее время является региональным директором Фонда Фридриха Эберта в Казахстане и Узбекистане. Он имеет степень бакалавра в области политических наук и международных отношений (Марбургский университет) и степень магистра в области управления и государственной политики (Дармштадтский технологический университет и Стамбульский университет Сабанджи). Он также докторант в сфере международных отношений. Его интересы – внешняя политика и политика безопасности, глобализация и пересечение общества и технологий. До приезда в Центральную Азию Кристоф работал в Фонде в Берлине, Германия, а также в Найроби, Кения. Он является соредктором книги «Бегство, миграция и левые в Европе» (*Flight, Migration and the Left in Europe*, Dietz 2017).



МАЙРА ЖОЛШАЕВА

Доктор филологических наук, доцент. Окончила филологический факультет Казахского национального университета имени аль-Фараби (1991–1996) и аспирантуру (1996–1999). Сейчас профессор кафедры языкового образования Университета имени Сулеймана Демиреля. Обладательница звания «Лучший преподаватель вуза – 2016». Направления научной деятельности: синтаксис, морфология, семантика, функциональная грамматика. В 2009 году защитила докторскую диссертацию на тему «Аспектуальная семантика на казахском языке: форма и содержание».



МАРГАРИТА БОЧАРОВА

Журналистка, медиакритик и исследователь. В течение шести лет работала в одном из немногих независимых СМИ Казахстана – аналитическом интернет-журнале Власть, где она освещала социально-политические вопросы и вела колонку о национальном телевидении. Сейчас Маргарита продолжает писать медиаобзоры для NewReporter.org и участвует в работе FactCheck.kz как журналистка и тренер. Она имеет степень магистра региональных исследований (Центральная Азия). В сферу ее научных интересов входят информационная политика, журналистика, медиаграмотность и социальные медиа.



МЕДЕТ СУЛЕЙМЕН

Медет Сулеймен получил степень магистра в области политики и безопасности в Академии ОБСЕ. С 2014 года он работает научным сотрудником в казахстанском офисе Фонда Фридриха Эберта в г. Алматы. Он специализируется в области внешней политики и молодежной политики, а также в сфере гендерных вопросов. Он также является выпускником стипендиальной программы IPS (International Parliament Scholarship Programme) – пятимесячной стипендии в Парламенте Германии.



МЕРЕЙЛИМ КАЛЕН

Окончив КазНУ им. Аль-Фараби по специальности Международные отношения, Мерейлим проходила стажировку в ЮНФПА (2015), Фонде им. Фридриха Эберта в Казахстане (2015) и в немецком Бундестаге (Парламент ФРГ, 2019). В данный момент Мерейлим является научной сотрудницей Фонда им. Фридриха Эберта в Казахстане, где главным фокусом её деятельности являются социально-экологическая трансформация, а также гендерная и молодежная политика.



МОЛДИЯР ЕРГЕБЕКОВ

Доктор искусствоведения (PhD) Молдияр Ергебеков, выпускник департамента радио-тв-кинематографии Университета Анкары (2000–2010). После защиты докторской диссертации о роли казахского кино в процессе построения национального государства, работал в нескольких университетах: Национальной академии искусств имени Т. Жургенова, Кыргызско-Турецком университете Манаса (Кыргызстан), Университете Юты (США), Университете Газиантепа (Турция), Университете имени Сулеймана Демиреля. В настоящее время является деканом факультета медиа и кино в Алматинском университете менеджмента (AlmaU). Он также является одним из основателей феминистского общественного фонда FemAgora, который стремится обеспечить видимость женщин в культурной, социальной, экономической, научной, художественной и политической областях в Центральной Азии. Автор нескольких исследований по критической теории, кино и медиаисследованиям, национальной кинематографии, политической экономии казахстанских СМИ, а также по проблемам гендера и общественных площадок. Его педагогический опыт, исследования, презентации и работы сосредоточены на трех основных тенденциях: социальной теории, медиаисследованиях и киноведении.



ОРАЗАЙ КЫДЫРБАЕВ

Старший преподаватель Университета имени Сулеймана Демиреля, магистр журналистики. Интересуется отношениями медиа, власти и идеологии, критическим дискурс-анализом, темой политической экономии медиа Казахстана. Оразай изучает медиа с точки зрения парадигмы критической теории.



НАТАЛЬЯ ВОРОШИЛОВА

Молодая ученая, автор 52 научных работ. Наталья имеет степень бакалавра общественного здравоохранения (2017 г.) и магистра медицинских наук (2019 г.) Южно-Казахстанской медицинской академии. С 2018 г. работает научной сотрудницей в рамках реализации научного проекта «Развитие научно-публикационной этики через создание междисциплинарного рецензируемого журнала» на базе ЮКМА. С 2020 г. является выпускающим редактором научного журнала «Central Asian Journal of Medical Hypotheses and Ethics» (<https://cajmhe.com>). Трижды лауреат студенческой стипендии «Фонда Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы», лауреат стипендии Общественного Объединения «Taiburyl» за достижения в науке.



РАУШАН ДУЛАМБАЕВА

Доктор экономических наук, профессор Института управления Академии государственного управления при Президенте РК. Закончила философско-экономический факультет КазНУ, отделение политэкономия. Темой докторской диссертации Раушан была «Государственная политика повышения конкурентоспособности национальной экономики в условиях нестабильности глобальных процессов» (2010). Сфера научных интересов Раушан включает государственную политику, эффективность государственного управления, и национальную и региональную конкурентоспособность макросистем. Автор около 200 статей, 3 монографий, 5 учебных пособий, участник и руководитель более 10 проектов грантового финансирования.



ТАИСИЯ МАРМОНТОВА

Кандидат исторических наук, профессор Института Дипломатии Академии государственного управления при Президенте РК. Закончила исторический факультет ЕНУ им Л.Н. Гумилева. В 2004 году защитила кандидатскую диссертацию на тему «Научные связи Казахстана и России в 1926-46 гг». Была приглашенным лектором в ряде университетов Ближнего и Дальнего Зарубежья. Имеет опыт практической работы в сфере социологии и этнополитики. Сфера научных интересов: политические процессы в постсоветской Центральной Азии, евразийская интеграция, методы исследования политических процессов. Автор более 50 статей, соавтор 3 монографий, автор 1 учебного пособия.



ЯСЕМИН ОЗЕР

Ассистент-преподаватель Университета имени Сулеймана Демиреля, студентка магистратуры по специальности «Медиаисследования и журналистика». Интересуется журналистским образованием, визуальными коммуникациями и исследованиями потребления новостей в Казахстане.

