Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ.
ISSN (Print) 2616-7174. ISSN (Online) 2663-2500

БАҚ ЖӘНЕ ҚОҒАМ / MEDIA SOCIETY / СМИ И ОБЩЕСТВО

19.41.07:
Ғылыми мақала

https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-147-2-56-65

Медиаэтиканың өзекті мәселелері

Ғ.М. Ақсейіт[1], А.К. Кабдугалиев[2]

[1]Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
[2]С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті, Астана, Қазақстан

(E-mail: [1]galiya_76@mail.ru, [2]akk3960012@gmail.com)

Аңдатпа. Бұл ғылыми мақалада бүгінгі күні өте өзекті болып отырған медиаэтика мәселелері қарастырылады. Жаһандану кезеңінде адамдардың қандай ақпаратты қабылдап, қорытып жүргені өте маңызды. Себебі әрбір қабылданған ақпарат адамның мінез-құлқына, іс-әрекетіне әсер етпей қоймайды. Қазір қазақтілді медиаға деген сұраныстың артып келе жатқандығы қуантады. Бірақ сұранысқа сай ақпарат ұсынылып жүр ме деген мәселе төңірегінде ой қозғалады. Бұқаралық ақпарат құралдары өз аудиториясын зерттеуге, қажеттіліктерін білуге қаншалықты көңіл бөледі деген сұраққа да жауап іздеуге тырыстық. Медиаэтикаға қатысты аудитория тарапынан айтылған сын-пікірлерге құлақ асып, қорытындылар шығару жағы кемшін түсіп жататыны жасырын емес. Жалпы, БАҚ өнімдерін тұтынушыларды қазіргі заманда не қызықтырады, ойландырады деген сұрақтар төңірегінде арнайы сауалнама жасап, соның негізінде қорытындылар мен тұжырамдар, ұсыныстар айтуға тырыстық.

Сонымен қатар БАҚ пен әлеуметтік желілерде жарияланған этикаға қайшы материалдарға талдау жасалды. Журналистік этика мен жеке авторлық ұстаным тұрғысынан баға беріліп сараланды. Сонымен қатар елімізде кәсіби этикадан аттап кеткен кейбір сайттар мен телебағдарламаларға қатысты оқырмандар мен көрермендер пікірі жинақталды. Бағалау, пікір білдіру кезінде БАҚ аудиториясының пікірі де негізге алынады. Медиаэтикаға қатысты жазылған отандық және шетелдік авторлардың теориялық еңбектері мен соңғы жылдары жазылған зерттеулерге де баса назар аударылды.

Түйін сөздер: этика, медиаэтика, моральдық ұстанымдар, ар-намыс, жеке өмірге қол сұқпаушылық, журналистің кәсіби этикасы.

Кіріспе

Қазақтілді медиаконтентке деген сұраныс артып келе жатқан соңғы жылдары оның сапасына деген талап-тілектер, сыни пікірлер молынан айтыла бастады. Бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілерде жарияланған ақпараттар мен аудио және бейнеконтенттердің этика мен моральға, ұлттық құндылықтарымызға қайшылығы аудитория тарапынан қызу пікірталасқа ұласып жатады. Тіпті кейбір ұлттық таным-түсінігімізге қайшы телебағдарламалардың жабылуын заңды түрде талап еткен, мыңдаған адам қол қойған петициялар пайда болды. Елімізге танымал тұлғалардың БАҚ материалдарына қатысты ой-пікірлері де күн құрғатпай жарияланып келеді.

«Медиаэтиканың өзекті мәселелері» атты ғылыми мақаламызда жалпы медиаэтиканың теориясына тоқтала отырып, зерттеу нысаны бойынша жинақталған деректер негізінде қорытынды тұжырымдар мен ұсыныстар жасауды көздейміз. Зерттеу нысаны ретінде көбінде өсек-аяңға, біреудің қайғы-мұңын қаралым жинауға пайдалануға, тексерілмеген ақпараттарды жариялауға, басқа тілден аударылған көшірме материалдарға құмар бірнеше БАҚ-тар таңдалып алынды. Одан бөлек журналистердің кәсіби этика талаптарына адалдығы мен қарапайым сөз қолданысы да зерттеу нысанына айналмақ. Аталған тақырыпты зерттеу барысында әр жастағы аудиторияның медиаэтика туралы түсініктері мен қандай БАҚ материалдарына көңілдері толатынын немесе ұнамайтынын нақты сауалнама жасау арқылы білуге тырыстық. Сауалнама қорытындылары БАҚ-тың өзін-өзі зерттеуі тұрғысынан пайдалы болмақ деген ойдамыз.

Зерттеу әдісі

Зерттеу барысында жалпы ғылыми әдістер, оның ішінде теориялық және эмпирикалық: бақылау, салыстыру, талдау, индукция және дедукция, аналогия, статистикалық талдау, сауалнама, сарапшылар бағалауы, жеке ғылыми әдістер пайдаланылды. Сонымен қатар Қазақстанның медиа кеңістігіндегі этикаға қайшы контенттерді талдап, объективті баға беруде контент-талдау, мәтін талдау, бақылау, болжау әдістері қолданылды.

Талқылау

Соңғы жылдары медиаэтикаға қатысты бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік желілерде жарияланған негізгі ой-пікірлерді саралай келе жиі сын нысанына айналған мәселелерді төмендегідей жүйеледік:

1. Ұлттық құндылықтарға қайшы, жас ұрпақты адастыратын телебағдарламалар;
2. Ел-жұрттың, жеке адамдардың қайғысынан хайп жасауға деген ұмтылыс, сол арқылы рейтинг көтеру сияқты жағымсыз көріністер;
3. Журналистердің «жұлдыздардың» жеке өміріне қатысты болымсыз ақпараттарды маңызды жаңалықтардың қатарында таратуы;
4. Журналистер мен тележүргізушілердің тіл қолданысы, кәсіби этикасының төмендігі;
5. Қоғам назарын аударып отырған мәселеге қатысты шынайы және объективтілік ұстанымдарының сақталмауы, жалған ақпараттар тарату, жалдамалы блогерлер мен боттар мәселесі.

Соңғы жылдардағы БАҚ пен әлеуметтік желілердегі медиаэтикаға қатысты сын пікірлерді бақылау, жинақтау нәтижесінде қол жеткізген бұл тұжырымдарымызды осы тақырыпқа арнайы жүргізілген сауалнама нәтижелері де қуаттай түседі. «Күнделікті БАҚ немесе әлеуметтік желілер арқылы көретін, оқитын ақпараттарыңыздың ішінен не ұнамайды?» деген сауалдың қорытындысы: жеке өмірге қатысты ақпараттар – 41,9 %; жалған ақпараттар – 29 %; біреудің ар-намысына тию – 16,1 %; біржақтылық – 9,7 %.

«Медиаэтиканы қалай түсінесіз?» деген сауалға: «анайы қылықтар мен көріністерге жол бермеу» - 38, 7 %; ар-намысқа тимеу – 16,1 %; журналистердің тіл мәдениеті - 16,1 %; жалған ақпарат таратпау – 12,9 %», – деген жауаптар алдық.

«Этика мақсаттарының бірі – ненің жақсы немесе жаман, ненің жақсырақ немесе нашарлау екенін анықтауға көмектесу» дейді американдық ғалымдар Барбара Маккиннон мен Эндрю Фиала [1, 20 б.]. Бұл тұрғыдан келгенде, сын объектісіне айналып отырған БАҚ пен әлеуметтік желі жарияланымдарының қай аудиторияға бағытталғанын және сынаушы адамның тұлғасына назар аудару маңызды. Қазақстан Республикасы көпұлтты мемлекет болғандықтан аудиторияның біраз бөлігі өзге ұлттар немесе орыстілді қазақтар екенін ұмытпауымыз керек. Ол фактор өте маңызды. Әртүрлі, тілдегі БАҚ материалдарын саралау барысында байқағанымыз – бір мәселеге деген әртүрлі ұлт өкілдерінің көзқарасы, қабылдауы әртүрлі. Мәселен, әлеуметтік желілердің бірінде жалғызбасты, көпбалалы ананың үйсіз-күйсіз, әлеуметтік көмекке мұқтаж екендігі туралы жазылады. Оны оқыған адамдардың комменттері екіге жарылады. Қазақтілді аудитория көбіндежанашырлық танытып, халықболыпкөмектесу керектігін айтып, тіпті қаржы жинауға кірісіп кетеді. Ал, орыстілді аудитория «жағдайы жоқ болса, неге көп бала туады?», «Неге заңды жолмен жәрдемақы рәсімдемейді?» деген пікірлер қалдыратынын байқаймыз. Немесе әлеуметтік желілерде тойда алқын-жұлқын билеген жас қыздың бейнесі таралды делік. Үлкендер жағы «ұятсыз» тірлік ретінде қабылдаса, жастар үшін қалыпты жағдай ретінде көрінуі мүмкін. Бұл жерде жас ерекшелігіне қатысты екі түрлі ұстаным болып тұр. Медиаэтиканы талдау барысында ұлттық ерекшелік, қабылдау, таным, жас ерекшелігі мәселесін де назардан тыс қалдырмағанымыз абзал.

Енді жоғарыда көбінесе сын объектісіне айналған тақырыптар ретінде жүйелеген мәселелерге оралайық.

Өткен жылдың соңында көп жылдан бері елдің наразылығын тудырып жүрген тақырыптардың бірі – «QosLike» пен «Қалаулымға» қатысты жұртшылық пікірі петицияға ұласты. «Мұндай бағдарламалар хайп пен бағдарлама рейтингін арттыру үшін қолдан жасалатын жанжалдардың және басқа да келеңсіз әрекеттердің көріністері жиналған жағымсыз эмоцияларды күшейтеді.

Бұл көріністер қазақ отбасының салауатты қарым-қатынасының нормаларына, адамгершілік пен ұлттық құндылықтарға қайшы келеді. Жобаларда тәрбиелік, тағылымды, мағыналық, отансүйгіштік, адамгершілікті арттыратын, игі, жағымды идеялар, мақсаттар мен құралдар жоқ» делінген петицияда [2]. Иә, елімізде әртүрлі бағдарламаларға қатысты сын-пікірлер айтылып жүреді. Бірақ көпшілік болып петиция арнау – бұрын кездеспеген жағдай. Бұл факт – телешоудың көпшілікке танымал екендігін көрсетеді. Ол туралы жағымсыз пікір айту үшін де кемінде бір рет болса да

көрді деген сөз. Бұл телебағдарламаны іздеп, күтіп жүріп көретін аудиторияның бар екендігін де мойындауымыз керек. «Бірақ қазаққа берері не?» деген сұрақ көзі қарақты көрермендерді алаңдатпай қоймайды. Себебі қазақ қоғамында махаббат, сезім мәселесі қашаннан құпия тақырып. «Қырық үйден тыйым» көретін қазақ қызының телешоу арқылы екінші жартысын өзі іздеп келуі – қазақ қоғамы үшін жат әрекет, ешқашан қабылдай алмайды. Бағдарлама мен көрермен арасындағы о бастағы басты қайшылық осы жерде. Ол жердегі жат қылықтар мен әдепсіз дау-жанжалдарды, жасанды әрекеттерді былай қойғанда.

Екінші бір көрермені көп болса да көңілді күпті ететін телебағдарлама «КТК» телеарнасындағы «Астарлы ақиқат». Өз келініне «көзі түскен» қайната, өз балаларына зорлық әрекеттерін жасаған ата-ана, т.б. қазақ қоғамына жат, ілуде бір кездесетін фактілерді сүйінші сұрағандай жарнамалап, қайта-қайта егжей-тегжейлі көрсету де этикаға қайшы әрекет ретінде бағаланды.

Өрімдей жас кезінде зорланған Қызғалдақ қыздың да тағдырын жырлауда «31-арнаның» «Кел, татуласайық» бағдарламасы алдына жан салмады. Бағдарламаны жасаушылар бір қарағанда жасөспірім қыздың ар-намысын қорғап, әділдіктің орнауына және жалғызбасты ананың баспаналы болуына септігі тиген сияқты көрінеді. Бірақ қандай жолмен? Әр бағдарлама сайын Қызғалдақтың ауыр тағдыры, қалай зорланғаны, қорланғаны, өзін зорлаған жігіттермен, олардың ата-аналарымен ұрыс-керісі көрсетілді. Экран арқылы өзі туралы жағымсыз пікірлерді естиді. Телеарнаның рейтингін көтеру үшін жеке өмірі мен ар-намысын құрбан етті. Кейіпкердің өз келісімімен болған деген күннің өзінде қазақ аудиториясына қаншама зорлық фактілері, әдепсіз көріністер егжей-тегжейлі баяндалып, қалыпты нәрседей көрсетілді. Медиаэтикаға қайшы дейтініміз сондықтан.

Соңғы жылдары елімізде жан түршігерлік қылмыстар көптеп орын алды. Оның ішіндегі ең жанға батары – бес баласы бірдей отқа оранған отбасы, үш баласы мен өзін өлтірген ана, күйеуінің қолынан аса қатігездікпен қаза тапқан әйел, т.б. Істің анық-қанығы анықталмай жатып әлеуметтік желілерде алыпқашпа, жалған ақпараттардың да желдей есетіні бар. Қайғыдан қан жұтып отырған отбасыға бұл екі есе ауыр тиетінін ақпарат таратушылар қаперіне де алмайды. Сол оқиға туралы ақпарат жарияланған сайтта ол мәселенің себебін білмей жатып ойына келгенін жазатын, қайтқан адамның ар-намысын аяусыз қорлайтын комменттер құқық бұзушылықтың нақ өзі. «Жаңа репортер» сайты суицид тақырыбын дұрыс жазуға жөн сілтейтін батыс сарапшыларының кеңестерін ағылшын тілінен қазақшаға аударған екен. Соны толықтыруға қатысқан отандық сарапшы, психология магистрі, TEENS жасөспірімдер суицидінің алдын алу жобасының жетекшісі Светлана Богатырёва былай дейді: «Мақалаға иллюстрация ретінде оқиға орнынан түсірілген фотоны да, видеоны да, тіпті суицидтің амал-тәсілдерін бейнелейтін, мысалы қол-аяқтарын тілгілеп, кесу, арқан жіп, таблетка және тағы басқа нәрсенің фотовидеосын беруге мүлдем болмайды. Мұның бәрі де дайын инструкция. Сонымен қатар қазіргі жасөспірім-миллениалдар көрнекі-бейнелі ойлайды. Олар үшін фотовидеодағы нәрсе мәтіннен де ұғынықты. Тұтастай алғанда, суицид туралы жазатын әрбір азамат сол жазғанын баласы немесе жасөспірім жастағы жақын туысы оқыса,

қалай түсінетінін ойлағаны жөн. Яғни, өзін сол материалды оқитын жасөспірімнің орнына қойып, ол бұл мақаланы қалай қабылдайтынын, қандай ойға баратынын түсіну керек. Мақаланың қай тұсын реттеу керегін түсінуге көмектесетін сұрақтың бірі осы» [3]. Байқаған адамға маманның бұл кеңесі болашақта мұндай оқиғалардың алдын алуға көмектеседі. Суицид оқиғасы туралы рейтингін көтеруді көздеп егжей-тегжейлі жазып отырған журналист басқа бір жасөспірімді немесе соны көздеп жүрген адамға дайын нұсқаулық беріп отырғанын білмеуі де мүмкін.

Жалпы, осы «Жаңа репортер» сайтының «Медиасын» айдары өте тиімді форма деп ойлаймыз. Ол жерде отандық телеарнадағы қаптаған телешоулардың әр көрсетіліміне этикалық тұрғыдан талдау жасалып, сын садағына алатынына көз жеткіздік. Соның жарқын мысалы ретінде Жадыра Аққайырдың «Қыздар-ай»: эфирде эстетика бар, этика ше?» [4] атты медиасынын айтуға болады. Болашақта осындай медиаэтикаға қайшы БАҚ материалдарын сынауға арналған арнайы алаңдардың болуы журналистер жауапкершілігін, медиаконтент сапасын арттыруға септігін тигізері сөзсіз.

Бұқаралық ақпарат құралдарының беделін түсіретін тағы бір келеңсіз үрдіс – елге белгілі, белгісіз өнер адамдарының жеке өміріне қатысты жаңалықтарды республикалық эфирден беруі. Мәселен, «Хабар» телеарнасы «Ұйқым келмейді» (21.11.2023) атты бағдарламасында белгілі әнші Қайрат Нұртастың әкесі – Нұртас Айдарбековты студияға шақырып, үшінші келінін алу үшін қанша қалыңмал бергені, тойға үлкен келіні не үшін қатыспағаны туралы сұрақтар қойған. Белгілі әншінің өзі де емес, оның әкесін республикалық телеарнаға шақырып, кіші ұлының тойы қалай өткенін сұрауға қаншалықты қажеттілік болғаны түсініксіз. Тағы бір белгіліәнші Алтынай Жорабаеваның

«Төрт қызымды алып, Астанаға қаштым» деп басталатын Инстаграмдағы жазбасы «КТК» жаңалықтарына (14.11.2023) өзек болған. Сюжетте әншінің қазір бақытты екені, екінші жарынан аяғы ауыр екендігі ғана баяндалады. Жұртқа белгілі өнер адамдарының шетелде демалғаны, ажырасқаны, қосылғаны, үй-жай, көлік алғаны, т.б. ақпараттардың алдыңғы қатарынан ойып тұрып орын алғаны бүгін ғана емес, жаппай белең алған. Өздері ғана емес, туыс бауыр, жақындарының да өмірі БАҚ назарынан тыс қалған емес. Мұның бәрі өскелең ұрпақтың бойына материалдық құндылықтарды ғана сіңіру деп қабылдауға болады.

Журналистер мен тележүргізушілердің тіл қолданысы, кәсіби этикасының төмендігі де күн тәртібінен түспеген мәселе.Ол туралы мысал өте көп. Бізді алаңдататыны – оны түзеудің жолдары. Белгілі кәсіби журналист Қайнар Олжайдың «Facebook» әлеуметтік желісінде «Қайнар Олжайдың сабақтары» атты тобы бар. Онда қазіргі БАҚ-тағы орынсыз, қате жазылған сөздер мен сөз тіркестерін, сөйлемдерді түзеп, редакциялау арқылы талай буын журналистерді онлайн оқытып келеді. Білген адамға зор үлгі-өнеге. 2017 жылдан бері жұмыс істеп келе жатқан топтың қазіргі таңдағы мүшелер саны – 5737 адам. БАҚ-тағы қисынсыз тіркестер мен қателер күнделікті сын садағына ілініп, дұрыс нұсқасы көрсетіліп отырады. Басқа қаламгерлердің де аударма, сөзді дұрыс қолдану төңірегінде ой бөлісетін, ақыл-кеңес алатын алаңына айналған. Одан бөлек өткен жылдың соңында Қайнар Олжай республикалық «Қазақ радиосының» хабарын сынға алды. «Қатты мақтамашы, қарғам!» атты жазбасында радиожурналистің

аймақтан келген композитор әйелді көтермелеп: «Шәмші қазақ әнінің патшасы болса, бұл кісі қазақ әнінің ханшайымы» деп асыра мақтауын, эфир қонағының «Құрманғазы мен Дина еріккеннен ән жазбаған» деген қате сөйлемін редактордың түземестен эфирге жібергеніне таң қалғанын жасырмады.

Ғалым, ақын-жазушылар, кәсіби журналистер де осы тақырыпты қаузап келеді. Жақында ғана белгілі журналист-жазушы Роза Мұқанова «Facebook» әлеуметтік желісінде: «Телеарналар кейінгі екі жылда екі тілді араластырып отырып, міз бақпай шұбарлап сөйлеуді дәстүрге айналдырып алды. Бұл не? Кеңестік заманда да эфирде шұбарлап сөйлеуге рұқсат етпейтін. Қазір телехабар жүргізушілер тілі жетпесе орыс тілінде ойын жеткізіп отыра береді. Бұған жол беруге болмайды, бұл эфир мәдениетіне де үлкен сын. Бізге қылжақтап, ыржақтап, ырбақтап ана тілінде не айтып, не қойып отырғанын білмейтін жүргізушілерді шектеу керек!» деген талап-тілегін жеткізді. Журналистерге дұрыс сөйлеуде нақты ақыл-кеңестерін аямай жүрген Назгүл Қожабектің

«Қазіргі қазақ тілі – сөздері ғана қазақша орыс тілі» деген тұжырымы дәл айтылған. Тәжірибелі редактор БАҚ-тың тіл қолданысын сынап қана қоймайды, жүйелі зерттеу, сараптау арқылы жасалған қорытындылары негізінде калька сөздер мен тіркестерді анықтайды, қазақ тілінде дұрыс жазылып, айтылуы керек нұсқаларын ұсынады.

Еліміздегі апатты жағдайлар кезінде елдің үрейін одан бетер ұшыратын жалған ақпараттардың пайда болып, тез таралатынынына талай рет куә болдық. Қазіргі заманда көп ақпараттың өтімді жолы – сурет пен видео екені баршаға мәлім. 2024 жылдың 23 қаңтар күні түнде Алматы жұртының үрейін ұшырған жер сілкінісі туралы «Bugin.kz»сайты күн құрғатпай ақпарат таратып отырды. Басқа БАҚ ақпараттарынан ерекшелігі – шындыққа сәйкес келмейтін фотосуреттерді қою арқылы жұртшылықты одан ары үрейлендірмек ниетінде еді. Мәселен, аталмыш сайттан алынған 1-сурет жаз мезгілінде түсірілген. Екіншіден, мұндай жердің опырылуы болған жоқ. Бұдан бөлек тағы бір ақпаратында ғимараттың құлап жатқан бейнесін салған. Ондай дерек мүлде тіркелмеген.



Сурет 1

Онсыз да алаң көңіл жұртты жалған ақпараттармен үрейлендіру этикаға қайшы, қылмысқа пара-пар әрекет деп санауға болады.

Соңғы кездері қоғам талқысына жиі түсетін мәселе – жалдамалы блогерлер мен боттар. Журналистік объективтілік пен шынайылықтан ада жазармандар мен танымал тұлғалар елдің сенімін ақшаға айырбастауды ар көрмейді. «Танымал тұлғалар жасаған жарнамаға сеніп қалдық» деп арызданушылар қатары көп. Бұл жағынан 2023 жылғы 10 шілдеде қабылдаған ҚР «Онлайн-платформалар және онлайн-жарнама туралы» Заңнан зор үміт күтеміз.

Әлемдік сандық технологияларға шолу жасап отыратын datareportal.com/global-digital-overview сайтының мәліметінше, 2024 жылдың қаңтар айында әлем бойынша Интернет қолданушылардың саны 5,35 миллиардқа жеткен. Бұл дегеніміз дүниежүзі халқының 66,2 пайызы екен. Сондай-ақ, бұл көрсеткіш үнемі өсу үстінде. Әлемдегі Интернет қолданушылардың 96,5 пайызы желіге аз уақытқа болса да ұялы телефондардың көмегімен қосылады екен. Бірақ әлемдік экономикада 10 интернет қолданушының 6-ы бұрынғыдай ноутбуктар мен компьютер қолданады.

Дәл осы сайттың мәліметінше, 2024 жылдың қаңтар айында әлем бойынша әлеуметтік желіні белсенді қолданушылар саны 5, 04 миллиард адамға жеткен. Соңғы зерттеулерге қарағанда, әлеуметтік желілерді қолданушылар санының өсу жылдамдығы әр секунд сайын 8,4 жаңа қолданушыларға артып отырады. [5]

Медиаэтика тақырыбын зерттеу барысында таңдап алынған аудиторияға жасалған сауалнама қорытындысы бойынша, 18-30 жас аралығындағы жастардың мүмкін болған уақытының бәрінде (95 %) ұялы телефонға кіретінін білдік. Сонымен қатар жастардың көп бөлігі ақпараттарды – Инстаграмнан (51, 6 %), ресми БАҚ сайттарынан (35,5 %), Фейсбук (9,7 %), аз бөлігі ғана телеграмм-арналардан алатындығын айтқан. Оған кірудегі мақсатын «ақпарат алудың жеделдігі» (93, 5 %) деп көрсеткен.

Бұл деректерден көретініміз – Интернет қолданушылар, медиаөнімдерді тұтынушылар саны секунд санап өсуде. Елдің болашағы – өскелең ұрпақ та бұл процестен тыс қалып жатқан жоқ, көзін ашқаннан әртүрлі ақпараттармен бетпе-бет келеді. Олар жастайынан қандай ақпаратты оқып өссе, дүниетаным, мінез-құлқы солай қалыптасары сөзсіз. Сондықтан ұлттық негіздегі мемлекет қалыптастыру жолында медиаэтиканың атқарар ролі зор деп білеміз.

Нәтижелер

Аталған тақырыптарды зерттеу барысында қоғамда БАҚ пен әлеуметтік желі жарияланымдарына деген сыни көзқарастардың бар екендігіне көз жеткіздік. Әртүрлі форматта ұсынылған медиаконтенттерге қатысты пікір алуандығын байқадық. Оған әр адамның жасы, ұлты, тұратын аймағы, білім деңгейі, қоршаған ортасы, т.б. факторлар әсер етеді.

БАҚ пен әлеуметтік желілер рейтингін көтеру үшін жеке адамдардың өмірінен, әлеуметтік мәселелерінен жаңалық жасауға тырысатындығын көрдік. Мұндай ақпараттар аудитория сынына ұшырап жатады.

Еліміздегі апатты жағдайлар кезінде БАҚ пен әлеуметтік желілер халықты одан әрі үрейлендіретін контенттерді тарату арқылы рейтинг жинауға тырысатындығы нақты мысалдар арқылы дәлелденді. Тақырып пен мәтіннің, суреттің бір-біріне қатысы болмайтын жағдайлар жиі ұшырасады.

Сонымен қатар журналситердің тіл мәдениеті мен ойын жеткізе алмаған кезде өзге тілді қолданатындығы да аудитория тарапынан «мәдениетсіздік» деп бағалануда.

Жеке адамдардың қайғысын егжей-тегжейлі баяндау арқылы қараламды арттыру деректері белгілі болды.

Қорытынды

Аталған зерттеудің қорытындысы – БАҚ пен әлеуметтік желілер медиаконтент жасау барысында ұлттық ерекшеліктер мен аудиторияның этикасын, мәдени деңгейін ескеруі өте маңызды.

Қоғам құндылықтарына сәйкес келмейтін контенттер жасөспірімдердің тәлім-тәрбиесі мен дүниетанымына әсер ететінін, болашағына айқын із қалдыратынын ескеруіміз қажет. Жалған ақпараттар мен «жұлдыздар өмірін» маңызды ақпарат ретінде ұсыну аудиторияның БАҚ пен әлеуметтік желілерге деген сенімін жоғалтады.

Осы орайда әртүрлі БАҚ жарияланымдары туралы халықтың пікірін ескере отырып, ұлттық негіздегі медиаэтика нормаларын жасау маңызды деп санаймыз. Ұлттық ерекшеліктерді ескере отырып жасалынған медиаэтика ұстанымдары жұртшылық жылы қабылдайтын, өтімді контент жасауға септігін тигізеді. Екіншіден, ұлттық біртұтастық сақталады. Үшіншіден, жалпыадамзаттық құндылықтарды қалыптастыруға әсер етеді.

Тағы бір ұсыныс – қолына қалам ұстағандармен қатар, аудиторияның да медиаэтика туралы түсініктері мен сол саладағы біліктіліктерін арттыру. Аудиторияның медиаконтентке деген биік талғамын қалыптастыруға ұмтылу қажет. Жаңадан қабылданатын «Масс-медиа туралы» Заңда да жаңа заманның талап-тілектері мен ұлттық ерекшеліктер ескерілуі тиіс деп білеміз.

Әдебиеттер тізімі

1. Маккиннон Б., Фиала Э. Этика: Теориясы мен қазіргі мәселелері. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры, 2020. – 868 б.

2. «QosLike» және «Қалаулым» телебағдарламаларын жабу туралы петиция жарияланды. [Электронды ресурс] URL: https://adyrna.kz/post/175523 (қаралған күні: 19.02.2024).

3. Нұрыш Ж. Суицид тақырыбына жазудың «жазылмаған» қағидасы. [Электронды ресурс] https://newreporter.org/ kz/2019/02/26/suicid-taqyrybyna-zhazudyn-zhazylmagan-qagidasy/ (қаралған күні: 19.02.2024)

4. Аққайыр Ж. «Қыздар-ай»: эфирде эстетика бар, этика ше? [Электронды ресурс] URL: https://newreporter.org/ kz/2023/05/12/qyzdar-aj-efirde-estetika-bar-etika-she/ (қаралған күні: 20.02.2024).

5. Digital around the world. [Electronic resource] Available at: https://datareportal.com/global-digital- overview (Accessed: 21.02.2024).

G.M. Akseiit[1], A.K. Kabdugaliev[2]
[1]L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan
[2]S. Seifullin Kazakh Agrotechnical University, Astana, Kazakhstan

Current problems of media ethics

Abstract. The article discusses issues that characterize the current stage of media ethics development in the Kazakh media sphere. In the conditions of deepening globalization, the problems of the content and quality of media material addressed to a mass audience become especially important. In the domestic media sphere, there is a growing demand for Kazakh-language media content. The phenomenon of the influence of information received from mass media on the behavior and preferences of the audience, as well as the problem of compliance of media products with the needs and expectations of consumers, is analyzed. The results of the analytical survey of the consumer audience are presented, based on which the conclusions and proposals for the peculiarities of the consumer audience of the domestic media market are formulated. Additionally, a thorough analysis and thoughtful evaluation of unethical materials published in print media and social networks was conducted from the perspective of journalistic ethics. When evaluating the expression of opinion, the opinion of consumers of the media content of domestic mass media is taken as a basis. Special attention was also paid to the theoretical works of domestic and foreign authors and studies written in recent years related to media ethics.

Key words: ethics, media ethics, moral principles, honor, privacy of private life, journalist's professional ethics

Ғ.М. Ақсейіт[1], А.К. Кабдугалиев[2]
[1]Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
[2]Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина, Астана, Казахстан

Актуальные проблемы медиаэтики

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, характерные для текущего этапа развития медиаэтики в казахстанской медиасфере. В условиях углубляющейся глобализации особую важность приобретают проблемы содержания и качества медийного материала, адресованного к массовой аудитории. Отмечен растущий спрос на казахоязычный медиаконтент в отечественной медиасфере. Проанализирован феномен влияния информации, полученной из СМИ, на поведение и предпочтения аудитории, а также проблема соответствия медиапродуктов потребностям и ожиданиям потребителей. Представлены результаты аналитического опроса потребительской аудитории, на основе которых сформулированы выводы и предложения по особенностям потребительской аудитории отечественного медиарынка.Также был проведен анализ и дана оценка с точки зрения журналистской этики неэтичных материалов, опубликованных в печатных СМИ и в социальных сетях. При оценке выражении мнения за основу взяты мнения потребителей медиаконтента отечественных СМИ. Особое внимание также было уделено

теоретическим работам отечественных и зарубежных авторов и исследованиям, написанным в последние годы, связанным с этикой СМИ.

Ключевые слова: этика, медиаэтика, моральные принципы, честь, неприкосновенность частной жизни, профессиональная этика журналиста.

References

1. Mackinnon B., Fiala E. Etika: Teoriyasy men kazirgi maseleleri. [Ethics: theory and current challenges] – Almaty: “Ulttyk audarma burosy” kogamdyk kory, 2020. – 868 b. [in Kazakh]

2. “QosLike” zhane “Kalaulym” telebagdarlamalaryn zhabu turaly petition zhariyalandy. [A petition was published to close the TV programs "QosLike" and "Qalaulym"]. [Electronic resource. Available at: https:// adyrna.kz/post/175523. (Accessed: 19.02.2024). [in Kazakh]

3. Nurysh Zh. Suicide of takyrybyna zhazudyn “zhazylmagan” kagidasy. [The" unwritten " principle of writing on the topic of suicide] [Electronic resource]. Available at: https://newreporter.org/kz/2019/02/26/suicid-taqyrybyna-zhazudyn-zhazylmagan-qagidasy/ (Accessed: 19.02.2024) [in Kazakh]

4. Akkaiyr Zh. «Kyzdar-aj»: efirde estetika bar, etika she? ["Kyzdar-aj": there is aesthetics on the air, what about ethics?]. [Electronic resource]. Available at: https://newreporter.org/ kz/2023/05/12/qyzdar-aj-efirde-estetika-bar-etika-she/ (Accessed: 20.02.2024). [in Kazakh]

5. Digital around the world. [Electronic resource] Available at: https://datareportal.com/global-digital-overview (Accessed: 21.02.2024). [in English]

Автор туралы мәлімет

Ақсейіт Ғ.М. **–** филология ғылымдарының кандидаты, баспасөз және баспа ісі кафедрасының доценті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Ақсейіт Ғ.М. **–** кандидат филологических наук, доцент кафедры печати и издательского дела, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан.

Akseiit G.M. **–** candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Printing and Publishing, Eurasian National University named after L.N. Gumilyov, Astana, Kazakhstan.

Кабдугалиев А.К. **–** С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті, Әлеуметтік ғылымдар магистрі, Астана, Қазақстан.

Кабдугалиев А.К. **–** Казахский агротехнический университет имени С.Сейфуллина, Магистр социальных наук, Астана, Казахстан.

Kabdugaliyev A.K. **–** Kazakh Agrotechnical University named after S.Seifullin, Master of Social Sciences, Astana, Kazakhstan.