



XҒТАР 19.21.11
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2025-153-4-57-76>

Қазақстандағы діни жаңалықтардың БАҚ-тағы көрінісі: мектептердегі хиджаб мәселесі

Е. Кәпқызы*¹, Ә. Шағатаева²

^{1,2}SDU, Қаскелең, Қазақстан

(E-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz*, ashagataeva@list.ru)

Аңдатпа. Бұл зерттеу жұмысы Қазақстандағы мемлекеттік мектептердегі хиджаб кию мәселесінің медиадағы көрінісіне бағытталған. Соңғы жылдары мектептегі хиджаб тақырыбы қоғам арасында жиі көтеріліп, әлеуметтік пікірталастардың басты объектісіне айналды. Әсіресе, жаңа оқу жылы басталатын қыркүйек айында бұл хиджаб мәселесі қоғамдық және медиалық дискурсқа қайта оралып отырады. Зерттеудің мақсаты – БАҚ-та мектептегі хиджабқа байланысты жаңалықтар, пікірлер мен сараптамалық материалдар жиі жарияланғанымен, бұл тақырыптың медиа кеңістіктегі репрезентациясы әлі күнге дейін зерттелмеген. Осы олқылықты толтыру мақсатында аталған тақырыпты зерттеу қазіргі қоғам үшін маңызды әрі қажетті болып отыр. Зерттеудің негізгі бағыты – діни атрибуттың медиадағы репрезентациясын талдай отырып, қаржыландыру көзі әртүрлі болатын “Azattyq” және “Tengrinews” медиаларында мектептегі хиджаб 2017-2024 жылдар аралығында қалай репрезентацияланғанын контент анализ әдісі арқылы бағалау. Авторлар бұқаралық ақпарат құралдарының мектептегі хиджаб мәселесіне қатысты қандай риторика мен фреймдер қолданатынын, оны қоғамға қалай ұсынатынын анықтайды. Зерттеудің ғылыми-практикалық маңыздылығы – хиджаб мәселесінің медиадағы репрезентациясын талдай отырып, тек діни бейненің емес, тұтастай алғанда қоғамдағы идеологиялық, мәдени және құқықтық қайшылықтардың қалай көрсетілетінін анықтау. Зерттеуде қолданылған ғылыми әдіс – сандық, сапалық контент-анализ және сыни дискурстық талдау әдісі. Бұл әдіс арқылы 2017-2024 жылдар аралығында “Azattyq” және “Tengrinews” медиаресурстарында жарияланған мектептегі хиджаб мәселесіне қатысты 20 мақала жүйелі түрде таңдап алынып, мазмұндық тұрғыда салыстыру арқылы зерттелді. Зерттеудің ғылыми жаңалығы – Қазақстандық медиа кеңістігінде мектептегі хиджаб мәселесінің репрезентациясына алғаш рет салыстырмалы контент-анализ жасалып, медиа дискурстың қоғамдық пікірге ықпалы айқындалды.

Түйін сөздер: мектеп формасы, хиджаб, медиа репрезентация, Азаттық радиосы, Tengrinews, контент-анализ, БАҚ риторикасы

Түсті: 13.10.2025; Мақұлданды: 18.11.2025; онлайн қолжетімді: 31.12.2025

Кіріспе

Соңғы жылдары Қазақстандағы діни мәселелер, соның ішінде мектептердегі хиджаб киюге қатысты пікірталастар жиі талқылануда. Бұл тақырып тек дін саласында ғана емес, білім беру, адам құқықтары, мемлекет пен дін сияқты бірнеше салаларға қатысы болғандықтан, қоғамда ауқымды резонанс тудыруда. Әсіресе, мектеп жасындағы оқушылардың хиджаб кию еркіндігі мен мектеп формасына қатысты талаптардың арасындағы қайшылықтар БАҚ назарынан тыс қалған емес.

Қазақстан – зайырлы мемлекет, бірақ халқының басым бөлігі ислам дінін ұстанады. Сол себептен де, діни нормалар мен мемлекеттік саясаттың арасындағы тепе-теңдік мәселесі жиі қоғамдық пікір таласқа ұшырап жатады. Осындай жағдайларда бұқаралық ақпарат құралдарының жаңалықтарды ұсыну тәсілі қоғам санасына тікелей әсер етеді. БАҚ белгілі бір мәселені қоғамға қалай ұсынатыны, қандай риторика қолданатыны және қандай ақпарат көздеріне сүйенетіні қоғамдық пікірді қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

Бұл зерттеу жұмысы Қазақстандағы екі ірі медиа – Azattyq пен Tengrinews.kz-тің мектептердегі хиджаб кию мәселесін қалай репрезентациялайтынын салыстырмалы контент-анализ әдісі арқылы талдауға бағытталған. Жоғарыда аталған екі медиа редакциялық бағыты мен аудиториясы жағынан бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленеді. Медиа адам санасына тікелей ықпал ететіндіктен, екі медианың жаңалықтарды аудиторияға ұсыну тәсілін салыстыру маңызды.

Бұл зерттеу жұмысы мектептегі хиджаб кию мәселесінің медиада қалай ұсынылатынын, яғни діни атрибуттардың қалай репрезентацияланғанын зерттеуді мақсат етеді, әрі зерттеу нәтижелері Қазақстан медиасындағы хиджаб тақырыбының бейнесін түсінуге және осы тақырыптың қоғамдық пікірге әсерін бағалауға көмектеседі. Сонымен қатар, зерттеу медианың қоғамдық пікірді қалыптастырудағы рөлін және репрезентациялық стратегиялардың әсерін түсінуге ықпал етеді.

Зерттеудің негізгі сауалы: Қазақ тілді мемлекеттік мектептердегі хиджаб кию мәселесі “Азаттық” пен “Tengrinews” медиаларында қалай репрезентацияланады?

Ал қосымша сауалдар:

а) «Azattyq» радиосы хиджаб мәселесін фреймдеуде қандай нарративтерді басшылыққа алды?

б) “Tengrinews” сайты хиджаб мәселесін фреймдеуде қандай нарративтерді басшылыққа алды?

Әдебиетке шолу

Соңғы онжылдықта хиджаб кию мәселесі әлемдік бірнеше ғылыми зерттеудің фокусына айналды. Зерттеушілер бұл құбылысты тек діни емес, сонымен қатар саяси, мәдени, әлеуметтік және гендерлік феномен ретінде қарастырды [1]. Жалпы хиджаб тақырыбының медиадағы репрезентациясына көңіл бөлу ағылшынтілді әдебиеттерде кеңінен кездеседі. Өйткені, хиджаб – тек бас киім емес, ол діни, мәдени және саяси мағынаға ие. Хиджабтың символдық мәнін Tarlo [2] оның үшқырлы табиғатымен түсіндіреді: ол бір мезетте сенімнің, мәдени сәйкестіктің және қоғамдағы белсенді позицияның символы болуы мүмкін. Көптеген зерттеушілер хиджабты әйелдердің өзін-өзі анықтау құралы және феминистік дискурс элементі ретінде де қарастырады [3].

Осы маңызды әдебиеттердің бастысы ретінде Хир-Аллахтың (Khir-Allah, 2021) «*Framing hijab in the european mind*» атты кітабын атауға болады. Бұл кітапта автор Ислам құндылықтарының Еуропада еуропалық таным-түсінік тұрғысынан ғана бағаланатынын, ал мұсылмандар Стюарт Холлдың «өзгелер» концепциясымен бейнелетініне тоқталады. «Еуропа мұсылмандарға қатысты дискурсты қолданған кезде, оларды «жау» контексінде қарастырады. Ал «жауларды» фреймдеген кезде «әділдік» қағидаттары ұмытылады. Сол себепті де олардың портреті «жағымсыз» тұрғыдан қалыптасты [4]. Леттинганың [5] пікірінше бұған дейін хиджаб тақырыбындағы мақалалар көбінде мемлекеттердің мұсылман әйелдерінің бас киіміне қатысты ұстанатын саясаттарын талдайтынын айтады. Алайда, ол мақалаларда мәселенің нақты қалай және қандай мақсатпен фреймделетініне назар аударылмайды дейді ол. Әрі жүйелі зерттеудің жоқтығынан әлеуметтік институттардың саяси дебаттарға қатысу мүмкіндігі мен олардың соңғы нәтижесіне әсер ету қабілеттері талқыланбайды дейді ол. Ал америкалық басылым New York Times пен ұлыбританиялық Guardian газеттеріндегі хиджаб тақырыбындағы мақалаларға салыстырмалы, сапалық контент анализ жасаған Касире (Kasirye, 2024) басылымдардың мұсылман әйелдерінің портретін көбінде экстремист және радикалист ретінде бейнелейтінін айтады. «12 жылдық мақалаларында New York экстремист және радикалистер деген айдарды үдете пайдаланған. Әсіресе, 2001 жылғы 9/11 оқиғасынан кейін 2001-2005 жылдар аралығында мұсылман бас киімі бар әйелдер террористер ретінде сипатталып келді»[6]. Экстремист, радикалист болуымен қатар, мұсылман әйелдері оқымаған, қаржылық қиындық көрушілер, отбасындағы әйелдер және еркектер үшін тек сексуалды объект ретінде сипатталады дейді ол. Рахман мен Қамар [7] мұсылман әйелдерінің әлемдік БАҚ-тағы сипаттамасы Исламофобиямен тікелей байланысты екендігін айтады. Хиджабтың жиі исламдық радикализм, қауіп төндіру, әлеуметтік артта қалу ұғымдарымен сипатталып жататынын Macdonald (2005); Droogsma (2007); Shirazi & Mishra (2010) қатарлы зерттеушілер де жазады.

Бұл еңбектерде медиа хиджабты көбіне “қауіп-қатер”, “еркіндіктің шектелуі” сияқты мағыналарға ие етіп көрсетеді. Францияда хиджаб көбіне зайырлылық қағидаларын бұзатын элемент ретінде қабылданады. Bowen [8] өз зерттеуінде француз ақпарат құралдары мұсылман әйелдерінің орамал тағуын қоғамдық қауіп немесе мәдени интеграцияға кедергі ретінде сипаттайтынын көрсеткен. Ал Германияда Kunz [9] исламдық киім элементтері көбіне мұсылман қауымының “бейімделу деңгейімен” байланыстырылады. Бұл елдердегі медиа хиджабты ұлт бірегейлігіне «қайшы» белгі ретінде ұсынады. Бұл ғылыми ұстанымдар Қазақстандағы ахуалмен де үндеседі. Мұнда хиджаб киетін мектеп оқушылары “мектеп формасына бағынбайтындар”, “тәртіпке сай келмейтіндер”, кейде тіпті “діншіл радикалдар” ретінде ұсынылып жатады. Дегенмен, мұндай репрезентациялардың медиа мәтінінде қалай құрылатыны, қандай тілдік нормалар қолданылатыны, қандай риторикалық құралдар арқылы бейнеленетіні – жеткілікті деңгейде зерттелмеген.

Иранда хиджабты кию заң жүзінде міндетті, сондықтан мемлекеттік медиада ол ұлттық және діни бірегейлікті білдіретін рәміз ретінде ұсынылады [10]. Ал Мысырда жағдай басқаша. Mahmood [3,1] хиджабтың кейде әйелдер үшін діни сенім емес, саяси ұстаным не азаматтық қарсылық нышаны болатынын сипаттайды. Жергілікті БАҚ бұл көріністерді әртүрлі фреймдер арқылы ұсынған. Түркияда бір кезеңдерде хиджабқа тыйым болғанымен, кейінірек бұл шектеулер жойылды. Göle [11] көрсеткендей, түрік

медиасында хиджаб ұзақ уақыт бойы артта қалғандықпен байланыстырылған. Алайда қазіргі уақытта әлеуметтік желілерде бұл киім үлгісі әйел болмысының бір бөлігі ретінде ұсынылып келеді. Индонезияда да ұқсас жағдай байқалады. Baulch & Pramiyanti [12] зерттеуінде Instagram желісінде хиджаб сән мен тұлғалық еркіндіктің бір элементіне айналғаны айтылады.

Қазақстандағы медиа және дін қатынасы посткеңестік кеңістікте ерекше зерттеу саласы болып табылады. Бұл бағытта отандық ғалымдар тарапынан бірнеше маңызды еңбектер жарық көрді. Атап айтқанда, Айтмұхамбетова медиа жүйесі мен қоғамдық сана арасындағы байланысты зерттей отырып, ақпарат құралдарының діни мәселелерді саясиланған және идеологиялық шеңберде беру үрдісіне назар аударады. Оның пайымдауынша, Қазақстанда діни тақырыптар медиада көбінесе қауіп факторы немесе бақылау нысаны ретінде ұсынылады, бұл өз кезегінде аудиторияда сенімсіздік пен бөгделену сезімін қалыптастырады [13].

Ғалым Қыдырәлі ақпарат кеңістігінде ислам бейнесін қалыптастырудағы тарихи және мәдени контекстің маңызын атап көрсетеді. Оның еңбектерінде дінге қатысты медиа репрезентациялар дәстүрлі және заманауи дискурстардың түйісуі арқылы жасалатыны айтылады. Яғни, ислам бір жағынан – ұлттық болмыстың бір бөлігі ретінде, екінші жағынан – сырттан енген ықпал ретінде ұсынылады. Қыдырәлі дін тақырыбына қатысты БАҚ-тағы бейтараптықтың жиі бұзылатынын, ақпараттық теңгерімнің сақталмауы кейде әлеуметтік шиеленіске себеп болатынын ескертеді [14].

Ал Тоқмурзина дін және медиа саласын мәдениет аралық коммуникация контексінде қарастырады. Ол өзінің зерттеулерінде қазақстандық медиада ислам бейнесінің екіұшты сипатта ұсынылатынын жазады: бір жағынан, ислам – мәдени құндылық, екінші жағынан – реттеуді қажет ететін әлеуметтік феномен ретінде көрініс табады. Бұл жағдай медианың қоғамдық пікірге әсер ету тетігі ретіндегі рөлін көрсетеді және дінге қатысты тақырыптарды бейтарап баяндаудың қажеттілігін алға тартады [15]. Осы ғалымдардың еңбектерінде ортақ пікір – Қазақстан медиасында исламға қатысты репрезентация әлі де бірізді, бейтарап әрі плюралистік емес деген тұжырым. Ақпарат құралдары көбіне ресми дискурсты басым пайдаланып, діни тәжірибеге қатысты азаматтық ұстанымдарды көрсетуге жеткілікті мүмкіндік бермейді. Бұл жағдай хиджаб сияқты жеке сенім мен қоғамдық талап тоғысатын мәселелерде медианың қоғамдық пікірді қандай фрейммен қалыптастыратынын терең түсінуді қажет етеді.

Қазақстан жағдайында, медиа хиджаб киюді зайырлы білім беру жүйесіне қарсылық, діни идеологияның ықпалы ретінде ұсынады. Бірақ, бұл процестің лингвистикалық, семиотикалық, сондай-ақ дискурсивтік құрылымы ғылыми негізде талданбағандықтан, Қазақстан қоғамындағы дінмен мемлекет, құқық пен мәдениет арасындағы байланысты толық түсінуге кедергі келтіретіні сөзсіз. Бұған дейінгі халықаралық зерттеулер хиджабтың медиадағы бейнесі қоғамдық көзқарас пен санаға тікелей әсер ететінін дәлелдегенімен, Қазақстанда, әсіресе мектеп жасындағы оқушылардың хиджаб кию мәселесіне қатысты репрезентациялық модельдер зерттелмеген. Соның ішінде хиджаб киген мектеп оқушыларының медиадағы репрезентациясы мүлдем зерттелмеген. Осы бір олқылықты толтыру мақсатында біз “Azattyq” және “Tengrinews” сияқты ақпарат агенттіктерінде хиджаб мәселесінің қалай ұсынылатынын зерттеуді қолға алып отырмыз. Бұл зерттеу – қоғамдық қабылдауды қалыптастырудағы медианың рөлін ашу үшін маңызды қадам. Мақалада Стюарт Холлдың медиа репрезентация теориясы мен «Біз және өзгелер» (Othering) концепциясы негізінде Қазақстан медиа кеңістігіндегі хиджаб

бейнесі талданады. Бұл тәсіл медиа мәтіндерінде кім «біз», кім «өзге», кім қалыпты, кім қауіпті ретінде сипатталатынын анықтайды.

Теориялық негіз

Бұл зерттеудің теориялық негізі ретінде Стюарт Холлдың медиа репрезентациясы теориясы (Hall, 2013), Richardson-ның дискурс талдау әдістемесі, сондай-ақ «Біз және өзгелер» (Othering) концепциясы қарастырылады [16]. Стюарт Холл медиа репрезентация ұғымын мәдени нормалармен, сондай-ақ қәлеуметтік идеологиялармен өзара байланыстырады. Оның пайымынша, медиа тек ақпарат жеткізуші құрал ғана емес, ол қоғамдық құндылықтар мен мәдени қағидаларды қалыптастыратын механизм [17]. Стюарт Холл – мәдениеттанушы және социолог, оның теориялары медиа зерттеулерінде кеңінен қолданылады. Холлдың репрезентация теориясы әлеуметтік құрылымдарды, мәдениет пен медиа арқылы қалыптасқан бейнелерді түсінуге мүмкіндік береді. Ол мәдениеттің қоғамдағы пікірталастар мен идеологиялардың көрсеткіші ретінде жұмыс істейтінін атап өтеді. Медиадағы репрезентация, оның ойынша, тек мәтіндер мен бейнелерді көрсету ғана емес, әлеуметтік топтардың, мәдениеттердің, және мінез-құлықтардың бейнеленуін де қамтиды.

Encoding/Decoding моделі және хиджаб мәселесі

Холлдың encoding/decoding моделін қолдану арқылы, хиджаб кию мәселесін қалай әртүрлі әлеуметтік және саяси контекстерде қабылданатынын зерттей аламыз. Холл бұл модельді түсіндіргенде, медианың хабарды қалай кодтайтынын (encoding), яғни, қандай көзқарастарды немесе идеологияларды көрерменге жеткізу мақсатында таңдайтынын талқылайды. Мысалы, хиджаб кию мәселесін белгілі бір медиалық контексте діни құқық ретінде кодтауы мүмкін, ал басқа бір контексте оны мектепте «қоғамдық тәртіпке» қайшы ретінде көрсетуі мүмкін.

Стюарт Холл медиа дискурсындағы репрезентацияның маңызын түсіндіре отырып, оны мағына жасау (meaning-making) процесі ретінде сипаттайды. Оның еңбегінде репрезентация шындықты жай ғана көрсетпейді, оны қайта жасайды, яғни белгілі бір мағына тұрғысынан бейнелейді [16,1]. Бұл тұрғыда хиджаб медиа мәтіндерде бейтарап емес, белгілі бір идеологиялық фрейммен ұсынылады. Холлдың encoding/decoding моделіне сүйенсек, медиадағы хабарламалар (мысалы, хиджаб туралы жаңалықтар) медиа өндірісіндегі субъектілер тарапынан кодталады – яғни белгілі бір идеологиялық, мәдени ұстанымға сай беріледі. Ал аудитория бұл хабарламаларды әртүрлі жолмен декодтайды:

Гегемонды декодтау – аудитория медиа ұсынған мағынаны толығымен қабылдайды;

Келісімді/аралас декодтау – кей тұстарымен келіседі, кейбірімен келіспейді;

Қарсы декодтау – мүлде кері мағына береді [16,2].

Репрезентация және идеология

Холл идеология мен репрезентацияның өзара байланысын түсіндіреді. Хиджаб кию мәселесі тек діни таңдау ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік, саяси және мәдени дискурстармен тығыз байланысты. Медиадағы репрезентация хиджаб киюді тек діни нышан ретінде көрсетуі мүмкін, алайда, ол сондай-ақ дәстүр мен мәдениет, әйелдердің

құқықтары, әлеуметтік интеграция сияқты кең мәселелерді қозғайды. Холлдың айтуынша, репрезентацияның мағынасы әрқашан контекстке тәуелді болады, бұл өз кезегінде біздің түсінігімізді, қабылдауымызды қалыптастырады.

CDA және хиджаб мәселесінің медиа репрезентациясы

CDA әдісін қолдану хиджаб кию мәселесінің медиадағы тілдік құрылымдарын талдауға мүмкіндік береді. Мысалы, «Azattyq» пен «Tengrinews» сияқты медиалардағы тілдік тәсілдер мен дискурстарды салыстыра отырып, олардың хиджабқа қатысты қолданатын терминдеріне, сөйлем құрылымдарына және тақырыптарға назар аударуға болады. Бұл медианың белгілі бір идеологиялық көзқарастарды қалай кодтап (encoding) және аудиторияның оларды қалай қабылдайтынын (decoding) талдауға көмектеседі.

Бұл әдіс медиа мәтіндеріндегі тілдік және идеологиялық құрылымдарды анықтауға мүмкіндік береді. Richardson-ның [18] айтуынша, медиа мәтіндерінде қолданылатын сөздер мен фразалар, сондай-ақ тілдік элементтер медиа репрезентациясын құрайды. Сондықтан «Azattyq» және «Tengrinews» медиаларында мектептегі хиджаб мәселесі қалай репрезентацияланғанын талдау барысында, мақалаларда қолданылған тілдік тәсілдер мен құрылымдарды зерттеу маңызды рөл атқарады. Мысалы, хиджаб таққан оқушыларды «заңға қарсы», «қоғам үшін қауіпті» ретінде көрсету тілдік тәсілдермен жүзеге асады. Мұндай жағдайда, қоғамдық қабылдаудың қалыптасу ретін, дискриминацияның шарықтау шегін анықтауға болады.

«Біз және өзгелер» (Othering) теориясы белгілі бір топтардың жалпы қабылданған нормаға сәйкес келмеуімен ерекшеленіп, қоғам арасында шеттетілуін сипаттайды.

«Othering» концепциясына сәйкес, «біз» – хиджаб таққандарға қарсы пікірдегі қоғам, ал «өзгелер» – хиджаб таққандар деп бейнеленеді. Бұл теория медиа кеңістігі арқылы белгілі бір топтардың әлеуметтік ортаға жат, ерекшеленген немесе қауіпті деп танылуын көрсетеді.

Othering (басқалардан ерекшелеп көрсету) – бұл социология мен мәдениеттануда қолданылатын теория, оның негізінде белгілі бір мәдениет немесе топты «бөтен» немесе «жабайы» ретінде көрсету жатыр. Эдвард Саидтің «Ориентализм» (1978) еңбегінде Othering концепциясы кеңінен түсіндіріледі.

Саид бұл ұғымды Еуропаның Шығысқа қатысты стереотиптік көзқарасынан туындайтын саяси және мәдени қатынастар тұрғысынан қарастырады. Саидтің пікірінше, Еуропа шығысты, оның ішінде араб әлемін, мистикалық, жабайы, артта қалған және «жабық» деп бейнелеп, өздерін жоғары және прогрессивті мәдениет ретінде көрсетті. Осылайша, басқа мәдениеттерді өзінен төмен қоя отырып, Еуропа өзін «норма», ал басқаны «бөтен» ретінде танытты.

Othering және хиджаб мәселесі

Хиджаб кию мәселесіне қатысты Othering концепциясы діни, мәдени және этникалық сәйкестікті қайта қарастыру қажеттілігіне әкеледі. Қазақстандағы медиа хиджаб кию мәселесін талқылағанда, кейбіреулер мұны діни таңдау ретінде қарастырса, басқалары оны шетелдік немесе «бөтен» құбылыс ретінде көрсетуі мүмкін. Медиадағы бұл репрезентация хиджабты «шетелдік» немесе «бөтен» деп қарастырудың мәдени таралық қабылдануына әсер етуі мүмкін.

Сыни дискурс талдау (CDA) мен бөгделеу (Othering) ұғымы – медиа мәтіндеріндегі билік, мәдениет және әлеуметтік теңсіздіктерді түсіндіруде өзара тығыз байланысты

теориялық құрылымдар. CDA дискурсты тек тілдік құрылым ретінде емес, әлеуметтік билік қатынастарын бекіту құралы ретінде қарайды. Бұл әдіс медиа тілінде көрінетін идеологиялық құрылымдар мен билік иерархияларын ашуға мүмкіндік береді [19]. Ал Othering теориясы арқылы мәтін ішіндегі “өзіміз” және “бөгде” деген екі ұдайлықтың қалай жасалатыны талданады.

CDA-ның негізгі ұстанымдарының бірі – дискурстың әлеуметтік шындықты тек бейнелеп қана қоймай, оны қайта жасап шығаратыны. Бұл тұрғыда Othering – осы дискурстық құрылымның ішкі механизмі ретінде жұмыс істейді. Яғни, медиа арқылы белгілі бір топқа қатысты жағымсыз бейне қалыптастыру (мысалы, хиджаб киген оқушыны “ереже бұзушы” ретінде сипаттау) — тек лексикалық таңдау ғана емес, биліктің дискурстық құрылымын нығайту амалы болып табылады. Эдвард Саидтің “Orientalism” тұжырымдамасына сүйенсек, Батыс қоғамы Шығысты тек “басқа” ретінде ғана емес, қадағалауға, басқаруға тиіс нысан ретінде де көрсетеді [20]. Бұл концепция CDA шеңберінде дискурстың “бөгде” топтарға бағытталған құрылымдық асимметриясын түсіндіруге мүмкіндік береді. Яғни, CDA – Othering-тің қалай тіл арқылы жүзеге асатынын, ал Othering – CDA арқылы дискурстың әлеуметтік салдарын ашады.

Медиа арқылы берілетін ақпараттар тек фактілер жиынтығы ғана емес, белгілі бір идеологиялық шеңберде құрылған құрылымдар. Осы тұрғыда медиа фрейминг теориясы маңызды орын алады. Бұл теорияны алғаш жүйелі сипаттаған зерттеушілердің бірі – Роберт Энтман [21]. Оның айтуынша, фрейминг – бұл ақпаратты іріктеп, оны белгілі бір мағынада ұсыну тәсілі. Журналист немесе медиа контент жасаушы оқиғаны сипаттап қана қоймайды, сонымен қатар ол нені маңызды ету, кімді кінәлі етіп көрсету немесе қандай шешімді дұрыс деп ұсыну сияқты фреймдер арқылы оқырман қабылдауына бағыт береді.

Энтман фреймингтің төрт негізгі функциясын атап көрсетеді:

1. мәселені анықтау,
2. оның себептерін көрсету,
3. моральдық бағалау,
4. шешу жолдарын ұсыну.

Осы бөлімде қарастырылған репрезентация, фрейминг, сыни дискурс талдауы (CDA), Othering және медиалық құрылымдар теориялары хиджаб мәселесін медиада зерттеу үшін теориялық база қалыптастырды. Бұл тұжырымдамалар медиадағы мағына қалыптасу үдерісін, билік қатынасын және мәдени шекаралар сызу тәсілдерін түсінуге мүмкіндік берді. Аталған теориялар зерттеу барысында кодтау мен дискурстық фреймдерді нақтылауға негіз болды.

Зерттеудің әдіснамасы

Зерттеу барысында сапалық контент-талдау әдісіне сүйене отырып, медиа мәтіндердегі хиджабқа қатысты репрезентациялық құрылымдарды кодтау жүзеге асырылды. Алғашқы кезеңде мәтіндерді **ашық кодтау (open coding)** арқылы іріктелген сөйлемдер мен фразалардан жиі кездесетін мағыналық бірліктер белгіленді. Кейін бұл бірліктер **тақырыптық категориялар** бойынша топтастырылып, төмендегі кодтау үлгілері қалыптастырылды (Кесте 1).

1-кесте. Мәтіндердегі хиджабқа қатысты репрезентациялық құрылымдарды кодтау

Репрезентация түрі	Анықтамасы	Azattyq (%)	Tengrinews (%)
Жәбірленуші	Хиджаб кию салдарынан қысым көрген тұлға ретінде бейнелеу	40%	20%
Мемлекет ұстанымы	Билік өкілдерінің тәртіпті сақтау, заңды орындау фреймі	20%	30%
Дискриминация	Құқық теңсіздігі мен әділетсіздікке назар аудару	30%	10%
Мектеп формасы	Бірыңғай мектеп формасына қатысты талаптарды негіз ету	30%	40%
Заң/Заңдылық	Хиджабқа байланысты құқықтық нормалар мен заңдық түсіндірулер	30%	20%
Сот процессі	Ата-аналардың сотқа жүгінуі, шешім қүту процесі	30%	20%
Қоғамда пікірталас	Өртүрлі әлеуметтік топтардың көзқарасын, талас пікірлерін көрсету	30%	10%
Бөгделеу	Хиджаб киетіндерді қоғамнан алшақ, ережеге бағынбайтын ретінде сипаттау	20%	0%

Кодтау процесінде әр репрезентацияның мәндік мазмұны мен фреймдік сипаты ескерілді. Сонымен қатар, олардың әр медиада қаншалықты жиі көрініс тапқаны тіркелді. Бұл тәсіл хиджаб мәселесінің Azattyq және Tengrinews платформаларында қандай мағынамен, қандай тілдік құралдар арқылы ұсынылғанын құрылымдық түрде талдауға мүмкіндік берді.

Жоғарыдағы кесте арқылы әр медиада қай репрезентация фреймдері басым екені анық көрінеді. Мәселен, Azattyq сайтында құқық бұзылған, жәбірленуші бейнесі жиі кездессе, Tengrinews-та тәртіп пен формалық талаптарды қорғау дискурсы басым. Бұл репрезентация айырмашылығы – медиа саясаты мен аудиторияға бағытталу ерекшелігіне де байланысты болуы мүмкін.

Мақалаларды таңдау келесі шарттарға негізделді:

- Материалда мектеп жасындағы қыз балалардың хиджаб киюі тікелей немесе жанама түрде қозғалған;
- Жаңалықта қоғамдық реакция, ата-ана пікірі немесе мемлекеттік тақырыпта дискурсивтік элементтер, яғни тілдік ерекшеліктер, бейнелеу тәсілдері анық байқалады;
- Мәтін хиджаб мәселесін құқық, дін, тәртіп, еркіндік сияқты ұғымдармен байланыстырған.

Зерттеу материалы нақты уақыт аралығындағы мәтіндермен шектелген, яғни көлденең (cross-sectional) тәсілді басшылыққа алады. Талдау кезінде әрбір мақала хиджаб киген оқушының қандай рөлде ұсынылғанын, репрезентацияда қолданылған лексикалық ерекшеліктерін, мәтіннің құрылымын, «Біз» және «өзгелер» арасындағы шекара қалай жүргізілетінін анықтау үшін арнайы кодтар мен үлгілер арқылы талданады. Зерттеу Azattyq пен TengriNews ақпарат агенттіктеріндегі репрезентациялық айырмашылықтарды салыстыруды басты назарға алады. Бұл зерттеу сапалық дискурстық талдауды негізге ала отырып, "қалай бейнеленеді?", "неге осылай сипатталады?" деген сұрақтарға жауап беруді көздейді.

Зерттеу нәтижесінде хиджаб киетін мектеп оқушыларына қатысты медиалық бейнелер мен тілдік құрылымдар анықталып, "Azattyq" пен "Tengrinews" порталдарындағы редакциялық ұстаным, дискурсивтік құрылым және репрезентациялық айырмашылықтар салыстырылады. Сонымен қатар, Қазақстан медиасындағы хиджаб кию мәселесінің мәдени, идеологиялық, құқықтық қырлары медиа арқылы қалай бейнеленетіні ашылады.

Контент-анализ әдісі – бұл мәтіндер мен медиа мазмұнын жүйелі және құрылымдық түрде зерттеудің әдісі. Бұл әдіс белгілі бір тақырыптың медиадағы репрезентациясын зерттеуде өте тиімді, себебі ол ақпаратты сандық және сапалық тұрғыдан талдауға мүмкіндік береді [22]. Контент анализ әдісі мәтіндердегі белгілі бір тақырыптар мен сөздер жиілігін анықтаумен ғана шектелмейді, сондай-ақ оларды құрылымдық және контекстуалды тұрғыдан қарастыруды талап етеді. Хиджаб кию мәселесін талдау кезінде контент-анализ түрлі тақырыптар мен ұғымдарды жүйелі түрде зерттеу арқылы хиджабтың медиада қандай позицияда тұрғанын анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеуде "Azattyq" және "Tengrinews" медиа платформаларынан 2017-2024 жылдар аралығындағы мақалалар мен жаңалықтар пайдаланылды. Бұл медиа ресурстары таңдалды, себебі олар Қазақстандағы ең ықпалды жаңалық сайттары болып табылады және қоғамдағы маңызды мәселелерді өзекті түрде көтеріп отырады. Мақалалар тек хиджаб кию мәселесін ғана емес, сонымен бірге оған қатысты қоғамдық пікірлер мен үкіметтің көзқарасын да қамтиды.

Мақалаларды іріктеу критерийлері:

● Уақыт шеңбері: 2017-2024 жылдар аралығындағы мәліметтерді қарастыру арқылы хиджаб мәселесінің медиада қалай өзгергенін бақылауға мүмкіндік береді. Осы кезеңде хиджаб кию мәселесі қоғамдық маңызды тақырыпқа айналды.

● Тақырыптық шеңбер: Тек хиджаб кию мәселесіне тікелей немесе жанама түрде байланысты жаңалықтар, сараптамалық мақалалар, интервьюлер таңдалды.

Контент-анализ медиадағы хиджаб репрезентациясын құрылымдық және мағыналық тұрғыдан қарастыруға мүмкіндік береді. Бұл әдістің теориялық негізін қалаушылардың бірі Клаус Криппендорф өзеңбектерінде контент-анализді мағына, контекст және құрылым арасындағы байланысты түсіндіруге арналған интерпретативтік әдіс ретінде сипаттайды [22.1]. Зерттеу барысында Криппендорфтың тәсіліне сай мәтіннен қайталанатын мағыналық элементтерді (репрезентация, фрейм, риторикалық құрылым) жүйелеп талдау жүзеге асырылды.

Сонымен қатар, мәтіндерге тақырыптық кодтау (thematic coding) әдісі қолданылды. Бұл тәсіл медиа материалдарда жиі кездесетін идеялар мен мағыналарды ашуға бағытталған. Браун мен Кларк (Braun & Clarke, 2006) тақырыптық талдауды сапалық

зерттеулердегі икемді әрі кең таралған әдіс ретінде сипаттайды. Олар алты кезеңнен тұратын жүйе ұсынады: деректермен танысу, бастапқы кодтау, тақырыптарды анықтау, оларды саралау, нақтылау және соңғы баяндама жазу[23]. Бұл зерттеуде дәл осы логика қолданылып, алдымен репрезентация сипаттары іріктелді, кейін олар мазмұндық категорияларға біріктірілді.

Зерттеу нәтижелері мен талқылау

Зерттеу жұмысы 2017-2024 жылдар аралығында "Azattyq" және "Tengrinews" медиа платформаларында жарық көрген мектептегі хиджаб киюге қатысты 20 мақаланың сапалық контент-анализі мен сыни дискурс талдауы негізінде жүзеге асырылды. Әр мақала дискурсивтік құрылым, риторикалық тәсіл, фреймдер мен репрезентациялық үлгілер бойынша талданды.

Репрезентациялық үлгілерді кодтау нәтижесі бойынша Азаттық медиасы:

- Хиджаб – діни сенім бостандығының көрінісі
- Оқушы – құқық субъектісі
- Ата-ана – өз баласының мүддесін қорғаушы
- Мемлекет – шектеуші күш

Tengrinews медиасы:

- Хиджаб – мектеп тәртібіне қайшы нышан
- Оқушы – тәртіп бұзушы
- Ата-ана – діни қысым жасаушы
- Мемлекет – ережені сақтаушы

Бұл кодтау нәтижелері Stuart Hall-дың репрезентация теориясымен толық үндеседі. Әр медиа өзінің идеологиялық ұстанымына сәйкес бейне жасайды және оны өз аудиториясына ұсынып, мағына қалыптастырады.

2. Тілдік құрылым және лексикалық таңдау

Azattyq мақалаларындағы тіркестер:

- "Баламның сенімі аяққа тапталды"
- "Біз зайырлы мемлекетте тұрамыз, бірақ бұл дінге тыйым салу деген сөз емес"
- "Құқық қорғау ұйымдары ата-ананың ұстанымын қолдады"

Tengrinews мақалаларындағы тіркестер:

- "Мектеп формасын бұзған 150 оқушы сабаққа жіберілмеді"
- "Министрлік: оқушы мектеп формасына бағынуы тиіс"
- "Хиджаб – мектептегі тәртіпті бұзады

2-кесте. Azattyq сайтындағы мақалалар. Дайындаған авторлар

№	Мақала атауы (қысқартылған)	Медиа	Жарияланған жылы	Репрезентация	Фрейм	Риторика	Спикер типі
1	«Оқушы қыздар хиджабпен...»	Azattyq	2023	Жәбірленуші	Құқық/еркіндік	Эмоциялық	Ата-ана, құқық қорғаушы
2	«Хиджабқа тыйым: сот шешімі»	Azattyq	2024	Құқық бұзылған	Сот шешімі	Ресми	Заңгер, шенеунік
3	«Жалғыз қалмады: хиджаб дауы»	Azattyq	2019	Қоғамдық қолдау	Дискриминация	Эмпатия	Оқушы, журналист
4	«Дін және білім: ара жігі»	Azattyq	2021	Қоғамдастық дауысы	Баланс табу	Нейтрал	Дінтанушы, педагог

5	«Білім министрі: мектеп формасы...»	Azattyq	2018	Мемлекет ұстанымы	Заңдылық	Ресми	Министрлік өкілі
6	«Хиджаб үшін күрес»	Azattyq	2020	Күрескер әйел	Еркіндік фреймі	Қолдаушы	Белсенділер
7	«Мешітке бару еркіндігі...»	Azattyq	2022	Дін еркіндігі	Тәуелсіздік	Эмоциялық	Дін қызметкері
8	«Қоғамдағы исламның рөлі»	Azattyq	2017	Дінге құрмет	Әлеуметтік	Нейтрал	Сарапшы
9	«Ана мен баланың»	Azattyq	2023	Жеке тағдыр	Эмоциялық	Нарративтік	Ана, оқушы

3-кесте. Tengrinews сайтындағы мақалалар. Дайындаған авторлар

№	Мақала атауы (қысқартылған)	Медиа	Жарияланған жылы	Репрезентация	Фрейм	Риторика	Спикер типі	
11	«Министрлік: Хиджабқа жол жоқ»	Tengrinews	2023	Мемлекеттік ұстаным	Заңдылық	Ресми	Шенеунік	
12	«Оқушы қыз сотқа жүгінді»	Tengrinews	2024	Құқық қорғаушы тұлға	Сот процесі	Ресми	Заңгер	
13	«Қоғам екіге бөлінді»	Tengrinews	2019	Даулы тақырып	Қоғамдық пікір	Нейтрал	Сарапшы, әлеуметтанушы	
14	«Пікірлер: Хиджабқа көзқарас»	Tengrinews	2020	Өртүрлі көзқарас	Плюрализм	Дискурсивтік	Журналист, блогер	
15	«Мектеп формасына талап»	Tengrinews	2018	Заң нормасы	Мектеп тәртібі	Ресми	Министрлік өкілі	
16	«Қыз баланың таңдауы»	Tengrinews	2021	Таңдау құқығы	Гендерлік еркіндік	Эмоциялық	Психолог, ана	
17	«Сот шешімі шықты»	Tengrinews	2024	Билік шешімі	Заңды фрейм	Ресми	Судья, заңгер	
18	«Хиджаб және зайырлы қоғам»	Tengrinews	2022	Теңгерімді көзқарас	Баланс фреймі	Нейтрал	Дінтанушы, мұғалім	
19	«Қоғам не дейді?»	Tengrinews	2023	Пікір алуандығы	Көптүрлілік	Пікірталас	Әлеуметтанушы, халық	
20	«Білім және сенім»	Tengrinews	2020	Балалар құқығы	Сенім мен білім	Эмпатия	Оқушы, ата-ана	

Зерттеу нәтижелері мен талқылау: Репрезентациялық фреймдер бойынша талдау

1. Жәбірленуші фреймі

Зерттеу барысында Azattyq сайтында хиджаб киген оқушы қыздар жиі түрде жәбірленуші немесе қысым көрген тарап ретінде сипатталды. Мысалы, бір мақалада ата-аналар мектеп әкімшілігінің қызын хиджабпен сабаққа кіргізбегенін айтып, "баланың көзінше құқық тапталды" деп мәлімдеген. Бұлт ұста тілдік риторика эмоционалдық бояуға ие – «қысым», «тағдырына әсер етті», «көз жасы» сияқты сөз тіркестері арқылы оқырманның аяныш сезімін тудыру көзделеді. Мұндай фрейм арқылы хиджаб кию – жай ғана киім емес, еркіндік пен ар-ождан құқығының көрінісі ретінде ұсынылады. Бұл репрезентация Стюарт Холлдың преференциялық декодтау моделіне сай, аудиторияны белсенді қолдау позициясына бағыттайды.

2. Мемлекеттік тәртіп пен заң фреймі

Tengrinews порталындағы көптеген мақалалар хиджабты мектеп формасына қайшы элемент ретінде сипаттауға тырысады. Мәселен, бір жаңалықта Білім беру басқармасының өкілі: «Мектеп – зайырлы мекеме. Онда діни символикаға орын жоқ» деген сөз тіркестері келтіріледі. Бұл фреймде медиа тілінде тәртіп сақтау, заңға бағыну, қоғамдық

келісімді сақтау секілді ұғымдар үстем түсіп отырады. Хиджаб бұл жағдайда мәселенің негізі емес, ереже бұзушылықтың нышаны ретінде көрінеді. Лексикалық құрылымда «сәйкес келмейді», «қабылданбайды», «тәртіпке қайшы» сияқты тіркестер жиі кездеседі. Бұл репрезентация оқырманға «мемлекеттің талаптарын орындау – азаматтық міндет» деген идеяны дарытуға бағытталған.

3. Дискриминация фреймі

Кейбір Azattyq материалдарында хиджабқа тыйым салу әділетсіздік пен теңсіздік ретінде сипатталады. Бір мақалада хиджаб киетін оқушының «өзге оқушылармен қатар білім ала алмауы» – оның құқығының шектелуі ретінде ұсынылған. Мұндай дискурс адам құқықтары, бала құқығы, дін бостандығы ұғымдарымен тығыз байланыстырылады. Риторикасы да құқықтық және моральдық сипатқа ие: «Конституцияға қайшы», «тең құқық бұзылды», «кемсіту» сияқты сөздер қолданылған. Бұл фрейм оқырманға мәселені заң тұрғысынан емес, әлеуметтік әділеттілік аясында қарастыруды ұсынады.

4. Othering / Бөгілеу фреймі

Хиджаб киетін оқушы қыздар кейде медиада “қалыпты қоғамға жат” тұлға ретінде ұсынылады. Бұл әсіресе Tengrinews сайтындағы кейбір материалдарда байқалады: хиджабты таңдаған оқушылар «ереже бұзушылар», «мектеп атмосферасын бұзатындар» ретінде сипатталады. Кейбір мақалаларда “дінге тым берілген отбасы”, “қоғамды діни негізде бөлу” деген тіркестер қолданылады. Бұл Othering фреймі арқылы медиа «біз» және «олар» деген символикалық шекара сызып, хиджаб киген оқушыны қоғамдық нормадан ауытқыған тұлға ретінде бейнелейді. Бұл тәсіл Саидтің «Orientalism» тұжырымдамасымен сәйкес: қоғамда бөтендікті “қауіп” немесе “бақылау объектісі” ретінде қалыптастыру дискурсы.

5. Қоғамдық пікір мен дау фреймі

Кей мақалаларда хиджаб мәселесі пікірталас пен қоғам ішіндегі алаңдаушылық ретінде сипатталады. Мысалы, Azattyq-тағы бір материалда “мектеп оқушылары арасында алауыздық туындады”, “ата-аналар екі топқабөлінді” деген тіркестер қолданылған. Бұл фреймде медиа бейтараптық ұстануға тырысады, мәселенің қарама-қайшы сипаттарын қатар ұсынады. Бұл тәсіл қоғамдағы плюрализм мен медианың модератор рөлін көрсетеді.

Зерттеу барысында азаматтық құқық және діни бостандық, хиджаб және мектеп формасы секілді репрезентациялық бағыттар негізге алынды. Tengrinews сайтындағы мақалаларға көз жүгіртсек, онда хиджаб кию көбіне тәртіп бұзушылық, мектеп ережесіне қайшы әрекет ретінде сипатталған. Мәселен, онда “білім беру стандартына қайшы” “мектеп формасына сай келмейді”, сияқты тіркестер жиі қолданылған. Бұл репрезентацияда хиджаб қауіп немесе кедергі ретінде көрсетілген. Мұндай дискурс С. Холлдың репрезентация теориясындағы белгілі бір топты «өзгелер» ретінде көрсету ұстанымына сай келеді. Азаттықтағы материалдарды қарастыратын болсақ, мұнда хиджаб кию азаматтық еркіндік, дін ұстану құқығы, мемлекеттік шектеулерге қарсылық тұрғысынан ұсынылған. Мақалалардың көбінде хиджабты таңдаған оқушының немесе ата-ананың үні жиі беріліп, мәселе адам құқығы тұрғысынан көтерілген. Бұл репрезентацияда хиджаб жеке таңдаудың белгісі ретінде көрініс тапқан. «Біз және өзгелер» теориясы аясында, Tengrinews материалдарында хиджаб таққан оқушылар «тәртіпке бағынбайтындар», «ереже бұзушылар» ретінде шеттетілсе, Азаттық оларды «құқығы тапталған топ» ретінде көрсетеді. Осылайша, екі медиа платформаның идеологиялық ұстанымдары бір-бірінен айтарлықтай ерекшеленеді.

4-кесте. Медиааралық салыстыру (Azattyq vs Tengrinews)

Элемент	Azattyq.org	Tengrinews.kz
Басым дискурс	Діни құқықтар, плюрализм, әлеуметтік әділет	Заң мен тәртіп, нұсқаулыққа сәйкестік
Респонденттер	Ата-аналар, құқық қорғаушылар, дінтанушылар	Шенеуніктер, мектеп әкімшілігі
Тілдік бағыт	Сыни, диалогтық, контекске бай	Бейтарап, регламенттік, стандартты
Мәселе фреймін құру	Хиджаб – құқық пен сенім мәселесі	Хиджаб – мектеп тәртібіне қарсы әрекет

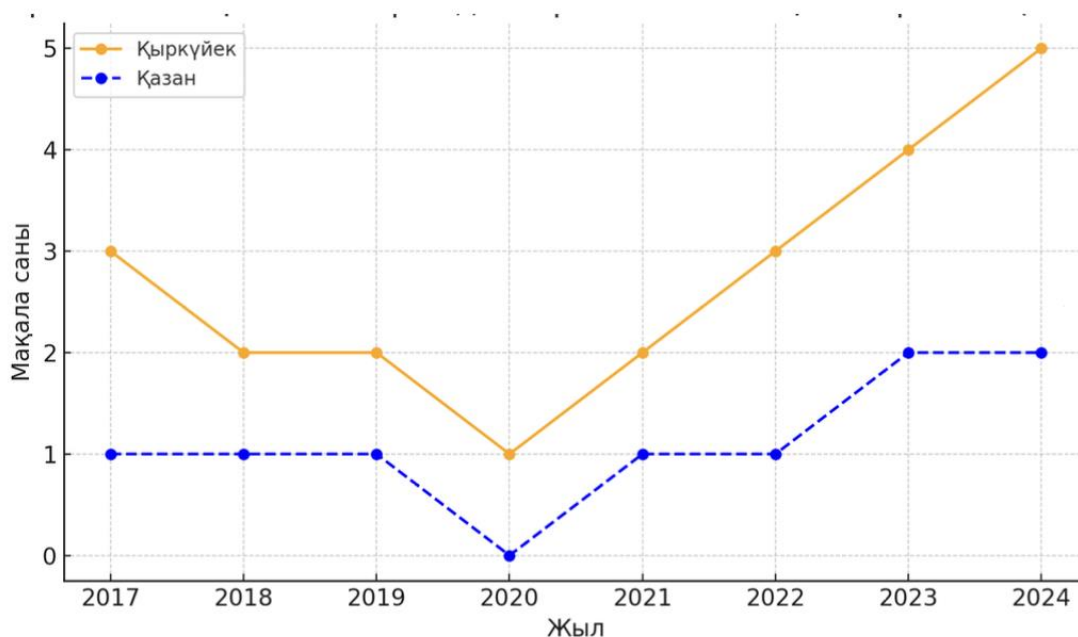
Azattyq көбінесе оқушы мен ата-ананың позициясын көрсетуге тырысады, ал *Tengrinews* ресми құрылымдар мен нормативтік базаны алға тартады.

Зерттеу нәтижелері келесідей қорытындыларды көрсетті:

1. Хиджаб тақырыбы медиада тұрақты көтеріліп отырғанымен, жыл сайын қыркүйек айында ерекше қызу талқыға түседі.

● Бұл мектеп жылының басталуымен және мектеп формасына қатысты талаптардың жаңғыруымен байланысты.

● Қыркүйек айларында мақалалар саны едәуір артып отырғаны Excel кестесі мен диаграмма арқылы дәлелденді.



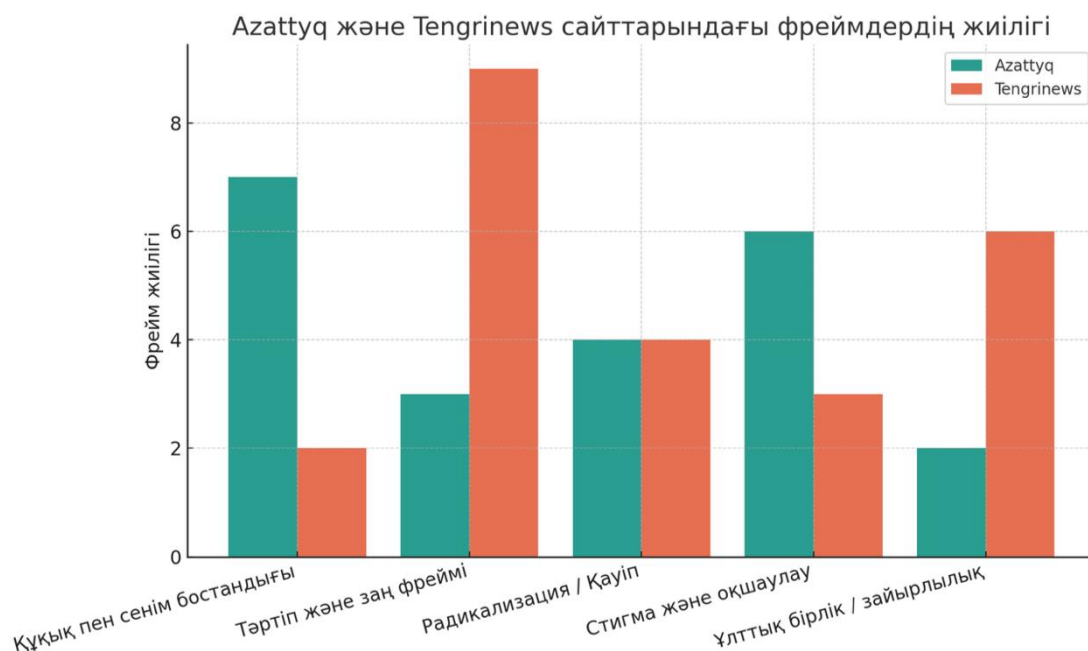
1-сурет. Tengrinews сайтының нәтижелері

2. БАҚ хиджабты бейтарап түрде емес, нақты фреймдер менидеологиялық контекстерде ұсынады.

Контент-анализ нәтижесінде бес негізгі фрейм анықталды:

- а) Құқық пен сенім бостандығы
- ә) Тәртіп және заң
- б) Радикализация / қауіп
- в) Стигма және оқшаулау
- г) Ұлттық бірлік және зайырлылық

Бұл фреймдер әр медиада әртүрлі жиілікпен қолданылғаны фрейм-кесте және диаграмма арқылы көрсетілді.



2-сурет. Azattyq пен Tengrinews медиаларының салыстырмалы көрсеткіштері

Azattyq пен Tengrinews медиалары арасында айтарлықтай айырмашылықтар бар

●Azattyq хиджабты құқықтық, плюралистік дискурста сипаттап, көбіне ата-аналар мен құқық қорғаушылардың даусын жеткізеді.

●Tengrinews хиджаб мәселесін мемлекеттік регламент тұрғысынан қарастырып, ресми құрылымдар мен заң талаптарын баса көрсетеді.

●Tengrinews-та “тәртіп”, “заңға бағыну”, “ереже” деген тіркестер басым, ал Azattyq-та “еркіндік”, “сенім”, “құқық” риторикасы жиі қолданылады.

4. Хиджаб киген тұлғалар медиада жиі “басқаша” (othered) ретінде сипатталады.

●Эдвард Саидтің Othering концепциясына сәйкес, хиджаб кигендер көбінесе “қауіп”, “тәртіпке бағынбау”, “радикалдану ықтималдығы” фреймдерімен байланыстырылған.

●Бұл тілдік тәсілдер қоғамдық стигма мен әлеуметтік бөлінуді тудыруы мүмкін.

Хиджаб киген әйелдердің «қауіп» ретінде қабылдануы

1. Экстремистік бейнежазбалар және хиджабқа тыйым: 2018 жылы Сирияда түсірілген бейнежазбада екі қазақ азаматы Қазақстан билігіне хиджабқа тыйым салғаны үшін кек алуға уәде береді. Бұл жағдай хиджабқа қатысты мемлекеттік саясаттың экстремистік топтар тарапынан пайдаланылуы мүмкін екенін көрсетеді.

2. Мемлекеттік шектеулер және әлеуметтік бөліну: 2024 жылы Қазақстанда хиджаб киюге қатысты шектеулер енгізіліп, бұл әйелдердің мемлекеттік қызметке орналасуына және білім алуына кедергі келтірді. Бұл шектеулер қоғамда теріс көзқарастардың қалыптасуына және әйелдердің әлеуметтік өмірден шеттетілуіне себеп болды.

Қоғамдық стигма мен әлеуметтік бөлінудің салдары:

Хиджаб киген әйелдерге қатысты теріс көзқарастар олардың білім алу, жұмысқа орналасу және қоғамдық өмірге қатысу мүмкіндіктерін шектейді.

Мысалы, кейбір әйелдер хиджаб кигені үшін оқу орындарынан шығарылған немесе жұмысқа қабылданбаған жағдайлар тіркелген.

Қорытынды

Хиджаб мәселесі Қазақстанда тек құқықтық немесе білім беру саласындағы ереже бұзушылық ретінде ғана емес, сонымен қатар мәдени, діни және гендерлік репрезентация ретінде қарастырылуы тиіс күрделі әлеуметтік құбылыс екені анықталды. Бұл тақырыпта медиа тек ақпарат көзі ғана емес, қоғамдық түсінік пен пікір қалыптастырушы негізгі алаң болып отыр. Хиджабты киетін оқушы қыздардың бейнесі – кейде жәбірленуші, кейде тәртіп бұзушы, кейде қауіп төндіруші ретінде ұсынылады. Мұндай дискурстық әртүрлілік медианың бейтараптылығын ғана емес, оның идеологиялық ұстанымын да көрсетуі мүмкін.

Осы зерттеудің қоғамдық маңызы – хиджаб мәселесіне қатысты қоғамдағы әртүрлі пікірлердің қалайша медиада көрініс тауып, белгілі бір топтар туралы ұстанымды қалыптастыратынын көрсетуінде. Ғылыми тұрғыда жұмыс репрезентация теориясы, сыни дискурс талдауы және тақырыптық контент-талдау секілді әдістерді бірлікте қолданып, медиалық фреймдердің құрылу механизмін ашады. Сонымен қатар, зерттеу қазақ және орыс тіліндегі ақпарат кеңістігіндегі айырмашылықтарды болашақта салыстырмалы тұрғыдан зерттеуге негіз бола алады.

Практикалық маңызы – болашақ журналистерге, редакторларға, білім саласындағы шешім қабылдаушылар мен саясаткерлерге хиджаб мәселесін медиа арқылы жеткізуде теңгерімді, стигматизациядан аулақ тілдік құралдар қолдану қажеттігін ескертуінде. Сонымен қатар, бұл жұмыс медиаға сенім деңгейін арттыру, медиасауаттылықты дамыту бағытындағы бастамаларға да теориялық тірек бола алады. Бұл зерттеу Қазақстан медиасында мектептегі хиджаб кию мәселесінің репрезентациясын зерттеуге арналған.

“Азаттық” пен “Tengrinews” медиаларының 2017-2024 жылдар аралығындағы материалдарына жүргізілген контент-анализ бен сыни дискурс талдау нәтижесінде хиджаб тақырыбы әртүрлі идеологиялық және тілдік фреймдер арқылы ұсынылатыны анықталды.

Негізгі қорытындылар:

1. Медиадағы айырмашылықтар:

“Азаттық” хиджабты көбіне адам құқықтары, діни сенім, еркін таңдау ретінде репрезентациялайды. Ал “Tengrinews” материалдарында тәртіп, заңға бағыну, зайырлы принцип алдыңғы қатарға шығады.

2. Фреймдер мен дискурстар:

Хиджаб киетін оқушылар бір медиада құқығы шектелгендер, екіншісінде – тәртіп бұзушылар ретінде бейнеленеді. Бұл жағдай “Біз және өзгелер” (Othering) теориясы арқылы жақсы түсіндіріледі.

3. Тілдік ерекшеліктер:

Қолданылған сөздер (“қауіп”, “ереже бұзды”, “дін еркіндігі”, “қоғамнан шеттету”) хиджаб бейнесіне қатысты қоғамдық пікірдің екіұдай қалыптасуына әсер етеді.

5. Идеологиялық ықпал:

Медиа арқылы ұсынылған хиджаб репрезентациясы – тек ақпарат беру емес, қоғамдағы діни сенім мен зайырлы көзқарастың күресін көрсететін идеологиялық механизм.

Бұл зерттеу Қазақстандағы мемлекеттік мектептердегі хиджаб кию мәселесінің 2017-2024 жылдар аралығында екі медиа платформада – Azattyq және Tengrinews – қалайша репрезентацияланғанын контент-анализ жәнесыни дискурс талдау әдістері арқылы анықтауға бағытталды. 20 мақаланы талдау нәтижесінде хиджаб кию әрекетінің медиада біржақты емес, әртүрлі дискурстық фреймдер арқылы ұсынылатыны белгілі болды. Azattyq сайтында құқық, еркіндік, әлеуметтік әділеттік фреймдері басым түссе, Tengrinews-та мемлекеттік тәртіп, заңдылық және нормаға сәйкестік риторикасы жиі қолданылды. Бұл репрезентациялық айырмашылықтар медианың аудиториясына, редакциялық саясатына және ақпарат ұсынудағы ұстанымына байланысты.

Медиа мәтіндердегі тілдік ерекшеліктер мен репрезентациялық кодтар белгілі бір топты “бөгде”, “ереже бұзушы” ретінде көрсетуге мүмкіндік беретін Othering механизмдерін ашады. Бұл жағдай оқырманның қабылдауына әсер етіп, хиджаб киетін оқушылар мен олардың ата-аналары туралы қоғамдық пікірдің қалай қалыптасатынына ықпал етеді. Сондықтан хиджаб сияқты діни киімге қатысты медиа репрезентациялар – тек ақпарат беру ғана емес, қоғамдағы нормалар, шекаралар мен билік құрылымдарының көрінісі екені анық.

Авторлардың қосқан үлесі:

Кәпқызы Е. – хат-хабар авторы, мақаланы жазуға жетекшілік етті. Теория бөлімі мен Әдебиетке шолу және Методология бөлімін жазды.

Шағатаева Ә. – эмпирикалық зерттеуді жүргізді, зерттеу анализін жасады, қорытынды жазды.

Әдебиеттер тізімі:

1. MacDonald M. Sur/veil: The veil as blank (et) signifier. In Muslim Women, Transnational Feminism and the Ethics of Pedagogy. – Routledge: 2014. – 25-58 бб.
2. Shirazi F, Mishra S. Young Muslim women on the face veil (niqab) A tool of resistance in Europe but rejected in the United States. International journal of cultural studies. - 2010. - №13(1). – Б. 43-62.
3. Droogsma R. A. Redefining Hijab: American Muslim women's standpoints on veiling. Journal of Applied Communication Research. - 2007. - №35(3). – Б. 294-319.
4. Tarlo E. Hijab in London: Metamorphosis, resonance and effects. Journal of Material Culture. - 2007. - №12(2). – Б. 131-156.
5. Mahmood S. Politics of piety: The Islamic revival and the feminist subject. – Princeton: University Press, 2005.
6. Khir-Allah G. Framing hijab in the european mind. – Singapore: Springer, 2021.
7. Lettinga, D.N. Framing the hijab: The governance of intersecting religious, ethnic and gender differences in France, the Netherlands and Germany. [PhD-Thesis - Research and graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam]. – Amsterdam: VU University, 2011.

8. Kasirye F. The portrayal of Muslim women in Western Media. - Authorea Preprints, 2024.
9. Rahman S., Qamar A. Islamophobia and Media: The framing of Muslims and Islam in international media. Journal of peace development & communication. – 2017. - №1(2), - Б. 72-95.
10. Bowen J.R. Why the French don't like headscarves: Islam, the state, and public space. Princeton University Press, 2007.
11. Kunz A.S. Public Exposure: Of Burqas, Secularism, and France's Violation of European Law. Geo. Wash. Int'l L. Rev., - 2012. 44, 79.
12. Hemayatkhah M., Akbarpour Z. Thematic Analysis of the Hijab Issue from the Perspective of Young Girls (in Shiraz). Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research. - 2024. - № 13(24). – Б. 179-212.
13. Göle N. The forbidden modern: Civilization and veiling. University of Michigan Press, 1996.
14. Baulch E., Pramiyanti A. Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. Social Media+ Society. - 2018. - № 4(4)
15. Айтмұхамбетова Н. Қазақстан медиасында дін тақырыбының репрезентациясы. Медиа қоғам. – 2019. - № 4(2). – Б.15–22.
16. Қыдырәлі Д. Медиадағы дін және мәдениет аралық коммуникация мәселелері. Қоғам және Дін. - 2017. – № 3(1). – Б. 28–34.
17. Тоқмурзина Қ. Ислам және БАҚ: Қазақстан медиасындағы бейнелеу ерекшеліктері. Журналистика және Коммуникация. – 2020. - № 2(1). – Б. 55–61.
18. Hall S. The work of representation. In The applied theatre reader. – Routledge: 2013. - 74–76 pp.
19. Richardson J. E. Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis. Bloomsbury Publishing, 2017.
20. Said E. W. Orientalism. Pantheon Books, 1978.
21. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication. – 1993. - № 43(4). – Б. 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
22. Krippendorff K. Content analysis: An introduction to its methodology (3rd ed.). SAGE Publications, 2013.
23. Braun V., Clarke V. Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology. - 2006. - №3(2). – Б. 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Y. Kap*, A. Shagatayeva
SDU, Kaskelen, Kazakhstan

Coverage of religious news in the Kazakh media: wearing the hijab in schools

Abstract. This research is devoted to the analysis of a highly relevant and timely topic: how the issue of wearing the hijab in state schools of Kazakhstan is reflected in the media. In recent years, the topic of the wearing of hijab at school has repeatedly emerged in society and become the subject of intense social discussions, making this research particularly significant.

This study aims to fill a significant gap in the current research landscape. Despite the media's frequent coverage of hijab-related news, opinions, and analyses, the representation of this topic in the media remains largely unexplored. The research will focus on analyzing the portrayal of a religious symbol in the media through content analysis, particularly how media outlets with different funding sources, such as Azattyq and Tengrinews, covered the issue of hijab-wearing in schools from 2017 to 2024. The

scientific and practical significance of the study lies in the fact that the analysis of the representation of the headscarf in the media makes it possible to identify how not only religious aspects but also broader ideological, cultural, and legal contradictions in society are reflected. The research employed a comprehensive approach, utilizing both quantitative and qualitative content analyses, as well as the method of critical discourse analysis. These methods were used to systematically select and compare 20 articles published in the media outlets Azattyq and Tengrinews between 2017 and 2024.

Keywords: school uniform, hijab, media representation, radio station Azattyq, Tengrinews, content analysis, media rhetoric.

Е. Кап*, А. Шағатаева
SDU, Каскелен, Қазақстан

Освещение религиозных новостей в СМИ Казахстана: ношение хиджаба в школах

Аннотация. Данное исследование посвящено анализу отражения в СМИ проблемы ношения хиджаба в государственных школах Казахстана. В последние годы тема хиджаба в школе неоднократно поднимается в обществе и становится объектом социальных дискуссий. Особенно в сентябре, с началом нового учебного года, вопрос хиджаба вновь возвращается в общественный и медиадискурс.

Цель исследования – восполнить существующий пробел: несмотря на то, что в СМИ регулярно публикуются новости, мнения и аналитические материалы, посвящённые ношению хиджаба в школах, репрезентация этой темы в медиaprостранстве до настоящего времени изучена недостаточно. Изучение данной проблемы является актуальным и необходимым для современного общества. Основной фокус исследования – анализируя репрезентацию религиозного атрибута в медиа, с помощью метода контент-анализа оценить, как в медиаресурсах с разными источниками финансирования – «Azattyq» и «Tengrinews» – освещался вопрос ношения хиджаба в школах в период 2017-2024 гг. Авторы определяют, какую риторику и какие фреймы используют средства массовой информации по отношению к проблеме хиджаба в школе и как они представляют её обществу. Научно-практическая значимость исследования заключается в том, что анализ репрезентации проблемы хиджаба в медиа позволяет выявить, как отображаются не только религиозные аспекты, но и более широкие идеологические, культурные и правовые противоречия в обществе. В исследовании применялись количественный и качественный контент-анализы, а также метод критического дискурсивного анализа. С их помощью систематически отобрано 20 статей, опубликованных в медиаресурсах «Azattyq» и «Tengrinews» в 2017-2024 гг., и проведено их содержательное сравнительное исследование. Научная новизна исследования заключается в том, что в казахстанском медиaprостранстве впервые проведён сравнительный контент-анализ репрезентации проблемы ношения хиджаба в школах и выявлено влияние медиадискурса на формирование общественного мнения.

Ключевые слова: школьная форма, хиджаб, медиа-репрезентация, радиостанция «Азаттык», Tengrinews, контент-анализ, риторика СМИ

References

1. MacDonald M. Sur/veil: The veil as blank (et) signifier. In Muslim Women, Transnational Feminism and the Ethics of Pedagogy. (Routledge, 2014, 25-58 p.).

2. Shirazi F., Mishra S. Young Muslim women on the face veil (niqab) A tool of resistance in Europe but rejected in the United States. *International journal of cultural studies*. 13(1), 43-62(2010).
3. Droogsma R. A. Redefining Hijab: American Muslim women's standpoints on veiling. *Journal of Applied Communication Research*. 35(3), 294-319(2007).
4. Tarlo E. Hijab in London: Metamorphosis, resonance and effects. *Journal of Material Culture*. 12(2). 131-156(2007).
5. Mahmood S. *Politics of piety: The Islamic revival and the feminist subject*. (Princeton University Press, 2005).
6. Khir-Allah G. *Framing hijab in the european mind*. Springer. (Singapore, 2021).
7. Lettinga D.N. *Framing the hijab: The governance of intersecting religious, ethnic and gender differences in France, the Netherlands and Germany*. [PhD-Thesis - Research and graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam]. VU University (Amsterdam, 2011).
8. Kasirye F. *The portrayal of Muslim women in Western Media*. Authorea Preprints. (2024).
9. Rahman S., Qamar A. Islamophobia and Media: The framing of Muslims and Islam in international media. *Journal of peace development & communication*. 1(2). 72-95(2017).
10. Bowen J. R. *Why the French don't like headscarves: Islam, the state, and public space*. (Princeton University Press, 2007).
11. Kunz A. S. Public Exposure: Of Burqas, Secularism, and France's Violation of European Law. *Geo. Wash. Int'l L. Rev.*, 44. 79(2012).
12. Hemayatkhah M., Akbarpour Z. Thematic Analysis of the Hijab Issue from the Perspective of Young Girls (in Shiraz). *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*. 13(24). 179-212(2024).
13. Göle N. *The forbidden modern: Civilization and veiling*. University of Michigan Press. (1996).
14. Baulch E., Pramiyanti A. Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media+ Society*. 4(4). (2018).
15. Aitmukhambetova N. Qazaqstan mediasında din taqiribinin representatsiasy [The representation of the religion news on Kazakh media]. *Mediaqogam*. 4(2). 15–22(2019).
16. Kydiraly D. Mediadagi din zhane madeniet aralıq kommunikatsia. [The religion and intercultural communication issues in the media]. *Qogamzhane Din*. 3(1). 28–34(2017).
17. Toqmyrzina Q. Islam zhane BAQ: Qazaqstan mediasindagi beineleu erekshelikteri. [Islam and Media: features of representation in the Kazakhstani media]. *Zhurnalistika zhane Kommunikatsia*. 2(1). 55–61(2020).
18. Hall S. The work of representation. In *The applied theatre reader*. (Routledge, 2013, 74–76 pp.).
19. Richardson J. E. *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis*. Bloomsbury Publishing. (2017).
20. Said E. W. *Orientalism*. Pantheon Books. (1978).
21. Entman R.M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. 43(4). 51–58(1993). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
22. Krippendorff K. *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). SAGE Publications. (2013).
23. Braun V., Clarke V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3(2). 77–101(2006). <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Авторлар туралы мәлімет:

Кәпқызы Е. – хат-хабар авторы, филология ғылымдарының кандидаты, SDU, әлеуметтік ғылымдар, құқық және бизнес факультетінің ассистент профессоры, Абылайхан көшесі, 1/1, Қаскелең, Қазақстан.

Шағатаева Ә. – SDU, әлеуметтік ғылымдар, құқық және бизнес факультетінің магистранты, Абылайхан көшесі, 1/1, Қаскелең, Қазақстан.

Кап Е. – корреспондент автор, кандидат филологических наук, Ассистент профессор факультета Социальных наук, Права и Бизнеса университета SDU. ул. Абылайхана, 1/1, Каскелен, Казахстан.

Шағатаева А. – магистрант факультета Социальных наук, Права и Бизнеса университета SDU. ул. Абылайхана, 1/1, Каскелен, Казахстан.

Кап У. – correspondent author, candidate of Philological science, Assistant professor at of Social science, Law and Business faculty at SDU University, Abylaikhan street 1/1, Kaskelen, Kazakhstan.

Shagatayeva A. – Master student at SDU, Social science, Law & Business faculty, Kaskelen, Kazakhstan.