

REGIONAL ECONOMY

Қазақстандағы краудфандингке сенім дағдарысы: бұқаралық ақпарат құралдарындағы қаржылық алаяқтық репрезентациясы

Саркытова А.М.¹

¹ 1-курс докторанты;

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің; Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Бұл мақала Қазақстандағы әлеуметтік медиадағы қаржылық алаяқтықтың көрсетілуін және оның нәтижесінде краудфандинг бастамаларына деген қоғамдық сенім дағдарысын зерттейді. Жұмыста алаяқтықтың кең таралған түрлері: инвестициялық алаяқтық, қаржы пирамидалары, қайырымдылық алаяқтығы және фишинг жіктеледі. Зерттеу қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) бұл құбылыстарды қалай көрсетіп жатқанын талдайды, олардың контекстсіз және теңгерімсіз қылмыстық хроникаға басымдық беру үрдісін атап өтеді. «Біз біргеміз» қорының ісі – медиа этиканың бұзылуы (мысалы, теңгерімнің жоқтығы, жеке өмірге қол сұғу) қоғамдық реакцияға әкелген негізгі мысал ретінде ұсынылады. Осы резонансты істен кейін қоғамдық көзқарасты бағалау үшін 200 респондентке аралас әдіспен (контент-талдау және сандық сауалнама) зерттеу жүргізілді. Нәтижелер респонденттердің 63%-ы онлайн бастамаларға сенімсіздік білдіргенін көрсетеді. Бұл деректер этикаға сай емес көрсетілген резонансты қаржылық алаяқтық істерінің азаматтық қоғам бастамаларына деген қоғамдық сенімді айтарлықтай әлсірететінін дәлелдейді. Мақала этикалық журналистиканы және медиа сауаттылықты нығайту жөніндегі практикалық ұсыныстармен аяқталады.

Түйін сөздер: краудфандинг, қаржылық алаяқтық, әлеуметтік медиа, медиа этика, журналистика, Қазақстан, қоғамдық сенім.

Кіріспе

Цифрлық дәуірде әлеуметтік желілер байланыс пен ақпарат алмасудың негізгі алаңы ғана емес, сонымен бірге күрделі қаржылық алаяқтық үшін де қолайлы ортаға айналды [1]. Instagram, Facebook және TikTok сияқты платформалар жалған инвестициялық жобаларды, қаржы пирамидаларын және жалған қайырымдылық науқандарын насихаттау үшін жиі қолданылады. Бұл құбылыстардың бұқаралық ақпарат құралдарында көрсетілу тәсілі қаржылық тәуекелдерге және азаматтық қатысу құралы ретіндегі краудфандингке деген қоғамдық көзқарасты қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

REGIONAL ECONOMY

Сондықтан қаржылық алаяқтықтың медиадағы көрсетілуін зерттеу журналистика ғылымы үшін де, жалпы қоғам үшін де өте маңызды. Журналистердің кәсіби этиканы және медиа этиканы сақтауы репортаждың сапасына тікелей әсер етеді, бұл өз кезегінде аудиторияның медиа сауаттылығына ықпал етеді [2].

Бұл мақаланың мақсаты – әлеуметтік медиадағы қаржылық алаяқтықтың түрлерін жіктеу, олардың қазақстандық БАҚ-та медиа этика тұрғысынан көрсетілуін талдау және этикалық бұзушылықтардың краудфандинг бастамаларына деген қоғамдық сенімге әсерін бағалау.

Негізгі бөлім

Қазақстандағы әлеуметтік медиада жиі кездесетін және краудфандингке қауіп төндіретін қаржылық алаяқтықтарға: инвестициялық алаяқтық, краудфандинг алаяқтығы, қаржы пирамидалары, фишинг, жалған жұмыс ұсыныстары және онлайн сауда алаяқтықтары жатады [1].

Қазақстандық БАҚ қаржылық алаяқтық туралы ақпаратты негізінен қылмыстық хроника жанрында береді, прокуратура органдарының ресми мәлімдемелеріне сүйенеді.

«Biz Birgemiz» қорының мысалы.

2024 жылы Қазақстанның батыс өңірлеріндегі су тасқыны кезінде құрылған бұл қор әлеуметтік желілерде халықтан миллиондаған теңге жинаған. Кейін қаражаттың мақсатсыз жұмсалғаны белгілі болып, қор жетекшісі қылмыстық жауапкершілікке тартылды [4]. БАҚ бұл істі кеңінен жариялағанымен, репрезентацияда бірқатар медиаэтикалық мәселелер байқалды:

1. Айыпталушының жеке өміріне қатысты фотолар жарияланып, аудиторияда алдын ала «кінәлі» бейнесін қалыптастыру қаупін тудырды.

2. Көптеген материалдарда тек айыптау тарапының (прокуратура, тергеу органдары) пікірі беріліп, қорғаныс позициясы ескерілмеді. Бұл көпдауыстылық қағидасының сақталмағанын көрсетеді.

3. Көпшілік жарияланымдарда іс тек қылмыстық хроника деңгейінде сипатталып, қайырымдылық секторындағы заңнамалық олқылықтар мен қоғамдық сенімнің әлсіреуі сияқты маңызды контекст ескерілмеді.

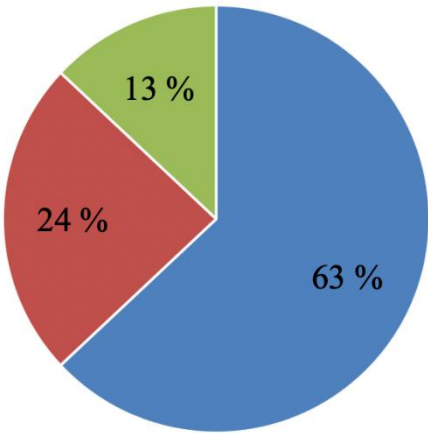
4. Кейбір мақалалар ресми құжаттарға немесе сот шешімдеріне нақты гиперсілтемелер бермей, аудиторияның ақпаратты тексеру мүмкіндігін шектеді.

Сонымен қатар, осы істің краудфандингке деген қоғамдық сенімге әсерін анықтау мақсатында сауалнама жүргізілді. Оған 200 респондент қатысты. Нәтижесінде қатысушылардың 63%-ы

REGIONAL ECONOMY

онлайн-қорларға сенбейтінін, 24%-ы тек ресми мемлекеттік немесе халықаралық ұйымдарға қаражат бөлуге дайын екенін, ал тек 13%-ы ғана жеке бастамашылдық негізіндегі қорларға қолдау көрсететінін айтты (1-кесте).

- Онлайн-қорға сенбейді
- Тек ресми немесе халықаралық ұйымдарға сенеді
- Жеке қорға қолдау көрсетуге дайын



Қатысушылардың әлеуметтік профилі әртүрлі болды: жас ерекшелігі бойынша 18–29 жас аралығы – 34%, 30–44 жас – 41%, 45–60 жас – 19%, 60 жастан жоғары – 6%. Әлеуметтік мәртебесі тұрғысынан студенттер – 22%, қызметкерлер – 47%, кәсіпкерлер – 18%, зейнеткерлер – 13% құрады. Респонденттердің 68%-ы қалада, 32%-ы ауылдық жерлерде тұратынын көрсетті (2-кесте).

Көрсеткіш	Үлес
Жас ерекшелігі	18–29 жас – 34%; 30–44 жас – 41%; 45–60 жас – 19%; 60 жастан жоғары – 6%
Әлеуметтік мәртебесі	Студенттер – 22%; Қызметкерлер – 47%; Кәсіпкерлер – 18%; Зейнеткерлер – 13%
Орналасуы	Қала тұрғындары – 68%; Ауыл тұрғындары – 32%
Қатысушылардың әлеуметтік профилі	

Бұл деректер «Biz Birgemiz» ісі халықтың краудфандингтік бастамаларға деген сенімін әлсіреткенін, қайырымдылық

REGIONAL ECONOMY

шараларына қатысуға деген белсенділікті төмендеткенін көрсетеді. Нәтижесінде қоғамда «жеке қорлар» мен «азаматтық бастамалар» туралы скептицизм күшейіп, ресми құрылымдарға ғана сенім арттыру үрдісі байқалды.

Қорытынды

Әлеуметтік медиадағы қаржылық алаяқтық елеулі қауіп төндіреді, ал оның медиада көрсетілуі қылмыс туралы хабарлаумен шектелмей, қоғамды ағартуға және алдын алуға бағытталуы керек. Зерттеу бейтараптық, теңгерімділік және ашықтық сияқты кәсіби стандарттарды сақтаудың маңыздылығын растайды. Сауалнамада байқалған сенімсіздіктің жоғары деңгейі (63%) – «Біз біргеміз» ісіндегі этикалық бұзушылықтардың тікелей салдары.

Практикалық ұсыныстар:

– Медиа жауапкершілігі: Журналистер кінәсіздік презумпциясын және теңгерім принципін қатаң сақтап, қаржылық қылмыстар туралы репортаждарға қорғаушы тараптың көзқарасын міндетті түрде енгізуі тиіс.

– Ашықтықты арттыру: БАҚ ашықтықты және қоғамдық тексеру мүмкіндігін арттыру үшін ресми сот құжаттарына немесе бастапқы дереккөздерге гиперсілтемелер беру тәжірибесін қалыптастыруы керек.

– Медиа сауаттылық бастамалары: Мемлекеттік және білім беру органдары инвестициялық алаяқтық пен фишингті анықтауға бағытталған жүйелі медиа сауаттылық бағдарламаларыменгізіп, жауапты онлайн бастамаларға деген қоғамдық сенімді қалпына келтіруі қажет [4].

– Болашақ зерттеулер қайырымдылықты реттеуге қатысты қолданыстағы заңнаманың тиімділігіне және әлеуметтік медиа платформалардың алаяқтық краудфандинг мазмұнын модерациялаудағы рөліне назар аударуы тиіс.

References:

- [1] Top Online Scams and How to Avoid Becoming a Victim. Kaspersky Resource Center. <https://www.kaspersky.ru/resource-center/threats/top-scams-how-to-avoid-becoming-a-victim>
- [2] Zhaksylykbayeva, R. S., & Abdualieva, Sh. S. (2023). Media Ethics: Issues of Theory and Practice. Bulletin of KazNU. Journalism Series, (2).
- [3] On жылға қамалсын сот Перизат Қайратқа укім шығарды. Azattyq News. <https://www.azattyq.org/amp/on-zhylga-qamalsyn-sot-perizat-qairatqa-ukim-shygardy/33483741.html>
- [4] Akhmetova, L. S. (2019). Media Education in Kazakhstan. Academia.edu. https://www.academia.edu/37720003/Media_Education_in_Kazakhstan