

ӘОЖ 070.509

Б.К. Сердәлі

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті,  
Қазақстан Республикасы, Шымкент қ.  
E-mail: aksari@mail.ru

### Баспасөз қызметіне кадр таңдаудың проблемалары

Баспасөз қызметінің кадр мәселесі оны басқарып отырған мамандардың проблемасына айналғаны қашан. Оның штаттық құрамы бір қалыпқа келе қойған жоқ. Мысалы, коммерциялық бизнес-құрылымдарда PR-дың ішкі корпоративтік қызметі кездейсоқ мамандарға жүктеліп жатады. Штат баспасөз қызметі басшының ұсынуы бойынша негізделген штаттық бірлікке тәуелді. Егер басшы өз мекемесіндегі бөлімдерге мәселені сауатты қоюды үйренсе, PR деңгейін дұрыс бағалай алар еді. Нақты қалыптасқан мәселе бойынша PR қызметін орындаушыларды дұрыс таңдап алуға және олардың жұмысын бағалаудың шарттарын жасап алуға тәуелді. Мақалада осы мәселе сөз болады.

**Түйін сөздер:** баспасөз қызметі, PR, баспасөз хатшысы, баспасөз-баяны, корпоративті мәдениет.

B.K. Serdali

### Problems of recruitment to the press service

Personnel issue has always been one of the most important. In modern conditions the quality and qualifications of the labor force press service ostavleyut often poor. Good experts on the profile of the labor market a limited number of, in particular, because in the classifier professions position is not available, «press secretary».

**Key words:** press office, PR, press-secretary, press release, corporate culture.

Б.К. Сердали

### Проблемы подбора кадров для пресс-службы

Кадровый вопрос во все времена был одним из самых актуальных. В современных условиях качество и квалификация трудовых ресурсов пресс-службы зачастую оставляют желать лучшего. Хороших специалистов по данному профилю на рынке труда ограниченное количество, это связано с тем, что в классификаторе специальностей отсутствует позиция «пресс-секретарь».

**Ключевые слова:** пресс-служба, PR, пресс-секретарь, пресс-релиз, корпоративная культура.

Кадр мәселесі барлық уақытты ең өзекті мәселе болып қала бермек. Крыловтың мысалындағыдай, құс-жәндіктер арбаны жан-жаққа жұлқып, қанша әрекет жасап көргенімен, одан ешнәрсе шығатын емес. Қазіргі еңбек қорының сапасы мен құзыреттілігін жақсыға жоруға болады. Баспасөз қызметінің құрылымында әмбебап ереже болмайды, кез келген мәселе жеке шешіледі. Баспасөз қызметінің мақсаты мен міндеті туралы оны басқарып отырған адамдарда тиянақты ұғым болмаса (көп жағдайда мұндай түсінік бар), оның штаттық құрамы ешуақытта қалыпқа келмейді. Мысалы, коммерциялық ком-

панияларда PR-дың ішкі корпоративтік қызметі кездейсоқ мамандарға жүктеліп жатады. Штат баспасөз қызметі басшының ұсынуы бойынша негізделген штаттық бірлікке тәуелді. Егер басшы өз мекемесіндегі бөлімдерге мәселені сауатты қоюды үйренсе, PR деңгейін дұрыс бағалай алар еді. Нақты қалыптасқан мәселе бойынша PR қызметін орындаушыларды дұрыс таңдап алуға және олардың жұмысын бағалаудың шарттарын жасап алуға болар еді. Өкінішке орай, әзірше сандық көрсеткіштерге ғана басымдық беріліп келеді. Мысалы, бір күнде бір уақытқа екі баспасөз-баяны әзірленеді. Бұдан мұндай ме-

кемеде тек есеп үшін ғана жұмыс жүргізілетінін байқауға болады. Одан гөрі бірнеше нақты жариялым әзірленсе, жұмыс оңға басар еді.

Танымал баспасөз қызметтері аптасына бір-ақ баспасөз-баянын әзірлейді. Тәжірибе көрсеткендей, олар баспасөз-баянын мекеменің брендин алға жылжытуға, жұмыс нәтижесін арттыруға негіздейді. XX ғасырдың 80-жылдарында ТМД елдерінің БАҚ-тары толық еркіндік алды. Жаппай газет-журнал шығару басталды. Бірақ бұған лайықты кадр болмады. Сондықтан БАҚ-қа көптеген кездейсоқ адамдар кіріп кетті. Базар нарқының өсуіне кәсіби кадрлардың даярлануы үндеспеді. Сондықтан кәсіби журналист мамандарын әзірлеу мақсатында жедел оқу орындары ашыла бастады. Осыған байланысты біздің елімізде де жаңа бағыт болып табылатын PR қызметі пайда бола бастады (бұрын тек үгіт-насихат деген ұғым ғана бар еді). Нарықтың дамуына сай, жақын болашақта қандай маман, қандай кадр керектігіне болжам жасау қажеттілігі туындады. Төменде баспасөз қызметі үшін маман кадрлардың жетіспеуіне әсер ететін негізгі кедергілерді атап өтеміз:

- еңбек нарқының аталған саласы бойынша жақсы мамандар жетіспейді, оның ішінде, әсіресе, баспасөз хатшысы мамандары жеткіліксіз. Сондықтан бұл салада әлеуметтанушылар, қоғаммен байланысшылар т.б. маман иелері қызмет етіп келеді;

- еңбек нарығында «қоғамдық байланыс» саласында жұмыс істейтін мамандықтарға деген бос орын көп, сондықтан олардың орнын арнаулы мамандығы жоқ, кәсіби тәжірибесі жеткілікті кадрлар жаулап алған. Көп жағдайда осы сала бойынша білім алғандардың өзі баспасөз қызметінің дағдыларын жете біле бермейді. Сондықтан бұл сала нарығын кәсіпқой мамандармен жабу ісі қиынға айналып отыр. Көптеген коммерциялық компаниялар да тәжірибелі кадрларға зәру. Ал жоғары оқу орындары ҰБТ нәтижесінде кездейсоқ пайда болған талапкерлерге қатаң талап қоя алмайды. Ал бұл кадр деңгейін төмендетеді;

- тұтастай алғанда, Қазақстандағы жоғары оқу орындары тәжірибе беру ісіне бағытталмаған, теориялық білім басым. Тәжірибе мен кәсіптік бағдар жүйесі, өкінішке орай, қазір баяу дамуда. Жоғары оқу орындары тәжірибеге бағытталған іскер ойындарға назар аудармағандықтан, қазіргі нақты жағдайларды талдамағандықтан, мекемелер студент партасынан шыққан кадрларды бірден жұмысқа алуға ынталы емес.

Оларды қаржы шығарып, уақыт жіберіп, қосымша тәжірибеден өткізуге мүдделі емес;

- жоғары білім алған көптеген жастар нақты мамандықты меңгеріп, кәсіп иесі болу үшін емес, басқаша мақсатты көздейтін сияқты (мәселен, әскерден уақытша қалу үшін т.б.). Сондықтан олар жоғары білім алу саласын кездейсоқ таңдайды да, мамандық бойынша емес, ілінген жұмысты атқара береді [1].

Сөз жоқ, аталған факторлар баспасөз қызметінде кәсіпқойлардың шығуына кедергі болуда. Сондықтан бұл бөлімге қызметке тұрған мамандар, қатаң талап қойылмағандықтан, «мұнда күрделі ештеңе жоқ екен, әйтеуір бірдеңе айтып, бірдеңе жаза саламыз» деп енжарлыққа салынады. Кадр даярлаудағы осындай кемшіліктерді болдырмау PR мамандарын дайындаушыларға ортақ мүдде. Өкінішке орай, бұл өндірістің өзінде шешімін таппай жатады, көп жағдайда нәтиже бермейді де. Мекемелерде жиі өтіп жататын тренингтер мен семинарлар да ойлағандай нәтиже бермейді. Тәжірибесіз кадрлар мұндай шараларды кәсіби деңгейін шыңдауға емес, әйтеуір өтуге тиісті міндеттің бірі деп қарайды. Адамның өзі жұмысына қажетті ақпарат алуға қызығушылық білдірмесе, ұмтылмаса, міндетті білімнің өзі дұрыс іске аспайды. Тәжірибе көрсеткендей, атқарылған шаралар тек аудитория білімге құмар болғанда ғана оңды нәтиже береді.

Баспасөз қызметінің жұмысына қатысты кадр таңдауда төмендегідей шарттарды атауға болады:

- *Адамдармен жұмыс.* Біз «қатынас», «сөйлесу» деген сөздерді күнделікті қолданбаймыз, өйткені адамдар күнделікті клиентпен жұмыс жүргізе бермейді. Әрине, сөйлеседі, бірақ нәтижесіз, себебі ол өз жұмысын саналы атқаруға қабілетті емес. Баспасөз қызметіне адамдармен жұмыс істей алатын кадр таңдауды ұсынамыз (қарапайым, жылы жүзді, жазуға және ауызша сөйлеуге қабілетті, адамдармен тіл табысуға мүдделі, белсенді, төзімді, жинақы, шет тілін білетін мамандар ғана ие болуы керек.

- *Озық технологияны қолдану.* Баспасөз қызметінің жұмысы озық технологияны қолданғанда ғана нәтижелі болмақ. Олар технологиялық дағдылардың үлгілі дәстүрлерін қадағалап жүруі керек, сондай-ақ, жастар қозғалысын, қоғамдық ойлардың беталысын, экономикалық және саяси конъюктураны талдай білуі керек. Тек басшысының тапсырмасымен ғана жүретін, өз ынтасы жоқ адамнан жақсы маман шықпайды. Бұлар мекемеден шыққан хабарлардың

мақсатты аудиторияға зор әсер ететінін ұмытпағаны жөн.

- *Жеделділік* баспасөз қызметінің айнымас жақсы қасиеті. PR маманының оқиғаны өз бетінше үлгеріп бере білуі, ақпараттық контентті меңгеруі, өз мекемесі төңірегіндегі қалыптасқан жағдайды саралай білуі жақсы қасиет. Баспасөз қызметіне, әсіресе, басшылық қызметіне уақытты қадірлей білетін, жаңалық енгізуге даяр тұратын мамандар таңдалуы қажет.

- *Жауапкершілік.* PR қызметкерлерінің жеке әрекетінен бастап мінезіне, тіпті сыртқы келбетіне дейін мекеменің имиджіне әсер етеді. Сондықтан баспасөз қызметіне жоғары білімді, жеке және ұжымдық жауапкершілігі бар, маңызды тапсырмаларды жауапкершілігіне ала алатын, кез келген уақытта тапсырма беруге қажет болатын, өз мекемесінің беделін барлық уақытта жоғары ұстауға даяр маман кадрлар таңдалуы қажет.

- *Кездейсоқ оқиғаларға шыдамдылық.* Баспасөз қызметінің жұмысы психо-эмоциялық жағдайларға толы болады. Өйткені көпшілікпен жұмыс істегеннен кейін кез келген кездейсоқ жағдайларда олардың қызметі қажет болып қалады. Баспасөз қызметіне моральдық жағынан да, психологиялық жағынан да ұстамды қызметкердің келуі экстремальды, күрделі жағдайлардан оңай жол тауып шығып кетуге мүмкіндік береді. Кей жағдайда баспасөз қызметінде жақсы деңгейдегі кәсіби мамандардың болуы оның жұмысының нәтижелі болуын толық қамтамасыз етпейді. Команда жасақтаудың нақты принципін ұстана білу ғана мамандарды ұйымшыл етіп тәрбиелеуге, «бір жеңнен қол, бір жағадан бас шығаратын» ұжым жасақтауға мүмкіндік береді. Бұл ұстаным баспасөз қызметінің барлық меншік түріне де қатысты жайт. Жұмыс барысында әртүрлі көзқарас болмауы керек, мұндай ахуал келіспеушілікке, хабарды әртүрлі бағытта таратуға алып келеді, баспасөз қызметінің, әсіресе мекеменің беделіне нұқсан келтіреді.

Баспасөз қызметінің бірегей ұжымын құруға қажетті ұстанымдар бар:

- *Барлығымыз бір адамдай жұмыламыз, мақсатымыз бір және ортақ мақсат үшін жұмыс істейміз.* Баспасөз қызметінің қызметкерлері бір команда мүшелері, өз міндеттерін кәсіби деңгейде атқаратын, алдына бір мақсат қойған ұжым болып табылады. Бұл факт аксиома ретінде қаралу керек, себебі қорытынды нәтиже мен табыс осы ұжымның ортақ жұмысының нәтижесіне тікелей қатысты болады. Бұл

процесте мәні маңызсыз факторлар болмайды. Ұжым басшысы маңызды рөл атқарады, өйткені ол ұжымды біріктіріп, ойы бір топ жасауға ықпал етеді. Осы тұрғыдан алып қарағанда, іскер ойындар, ұжымды біріктіруге арналған тренингтер, корпоративтік шаралар өткізу пайдалы болмақ. Осындай кешенді шаралар атқарылғанда баспасөз қызметінің жұмысы да нәтижелі болмақ, себебі баспасөз қызметінде негізінен жас, заман талабына сай мобильді қызметкерлер жұмыс істейді.

- *Бір пікір, бір түсінік.* Баспасөз қызметі өз ұйымының ұстанымы қоғамдық мәнге ие екенін білдіретін құрылым болып табылады. Сондықтан сала қызметкерлерінің ұстанымы да сол ұйымының ұстанымымен сәйкес келеді, екі пікірлі, екі ойлы болмауы тиіс. Мағынасы көмескі, астарлы хабарлардың кездеспегені дұрыс, мағынасы ашылған, идеясы, ұстанымы айқын болғаны жөн. PR қызметкерлері барлық уақытта да өз қызметінде бірдей ақпараттық саясат ұстануы керек, екі түрлі ой, екі түрлі түсінік болмауы тиіс, қайсыбір пікір де құрылымның ұстанымына жауап беруі керек.

- *Көшбасшы – саясатты айқындайды.* Тек қызмет басшысы ғана емес, баспасөз қызметінің бүкіл қызметкерлері де бір команда болып біріккенде ғана нәтижеге қол жеткізуге болады. Бөлімдегі тұтастыққа бір ғана басшының ұйымдастыра алуынан көз жеткізу қиын. Себебі, басшыға қорытынды нәтиже ғана келеді, ол тек материалды шығару кезінде ғана және интеллектуальдық өнімге сұраныс туған жағдайда ғана жауап береді. Күрделі шешімдер санаулы секундтарда ғана қабылданады, жақсы жетістіктерге дұрыс интерпретация арқылы ғана қол жеткізуге болады. Мұндай жағдай баспасөз қызметінің басқарушылық және биліктік органдарына ғана тән болып келеді. Мұндай жағдайда, яғни оқиғаны ақпаратпен қамтамасыз ету шешімінің барлық жауапкершілігі баспасөз қызметінің басшысына түседі. Сондықтан қызметкерлер арасындағы басшының беделі ұйым жұмысының нәтижелілігіне қол жеткізетін бірден бір міндетті шарт болып табылады.

- *Біз азбыз, бірақ біздің біліміміздің мәні орасан зор.* Баспасөз қызметінің штат бірлігі көп емес екенін ескеру қажет, ал бөлімінің атқарар рөлі өте үлкен. Демек сол ұйымның әрбір мүшесінің де атқарар міндеті маңызды болмақ. Баспасөз қызметінде маңызы әлсіз қызметкерлер болмайды, әрбір қызметкерге жауапкершілікпен тәжірибе салмағы қатар түседі. Бұл мына

ған байланысты: титімдей ғана бір қате, мекеменің қатардағы қызметкерінің аңғарымсыздығы БАҚ-та сенімсіз ақпараттың пайда болуына алып келеді, ал бұл бүкіл ұйымға үлкен соққы болып тиеді.

- *Баспасөз қызметінің жетістігі – мекеменің де жетістігі.* Аталған ұстаным PR қызметкерлерінің корпоративтік мәдениетіне әсер ететін маңызды фактор болуы керек. Мамандардың аталған принципті ұстануы – барлық қалған шаралардың нәтижелі болуына, ұжым жұмысының дұрыс бағытталуына себеп болады. Жаңадан келген қызметкердің санасына осыны сіңіре білу керек. Баспасөз қызметі сыртқы субъектілермен қарым-қатынас жасауда алдыңғы қатарда тұрады, оның нәтижелі жұмысы мекемеге бедел әкеліп, табыс түсіруге негіз болады. Баспасөз қызметінің жұмысы сапалы болған сайын қызметкерлердің де табысы жоғары бола түседі. Бұл құрғақ сөз күйінде қалмай, тәжірибеге енгізілуі керек, іс жүзінде орындалуы керек. Сонда ғана қызметкерлер бұған имандай сенеді. Басшының міндеті – барлық уақытта өз қызметкерлерінің санасына осы қағиданы құя берумен ерекшеленеді. Істі әртүрлі шаралар арқылы бекіте түсу керек (сыйақылар, корпоративтік наградалар т.б.).

Жоғарыдағы мәні бар ұстанымдарды сақтаған жағдайда ғана қызметкерлердің ой-мақсатын біріктіруге қол жеткіземіз. Бірақ жақсы жетістіктерге жету үшін баспасөз қызметіне жақсы кадр даярлау қажеттігін ұмытпаған жөн. Жеке кадрлық құрамды стратегиялық жоспарлау үшін ұжымның жұмысын түгелдей нәтижелі деңгейге жеткізу керек.

Баспасөз қызметінің басшысына қарамағындағы қызметкерлермен жиі жұмыс жүргізуге тура келеді, сол себепті ол кадр резервін даярлауға да немқұрайды қарамауы тиіс.

Баспасөз қызметіне тек жоғары оқу орнын бітірген бейімді түлектерді ғана таңдап алу жеткіліксіз, бұл тәсілдің ауқымы айтарлықтай кең. Басқа мекемелерден де кадр таңдап, оларды да қызметке шақыруға болады. Мекеменің басқа бөлімшелеріндегі осы іске қабілетті мамандарды да тартқан жөн. Хетхантинг (жоғары білікті мамандар мен шешуші менеджерлерді таңдау) технологиясын қолдану арқылы көп нәтижеге қол жеткізуге болады [2]. Әрине, бұл тар ауқымдағы шара, сондықтан жағдайға жеке талдау жасауға ура келеді. Жоғары оқу орындарымен қарым-қатынас баспасөз қызметінің басшысына тікелей қатысты, оның осы саладағы жеке бел-

сенділігі, нарықтағы конъюктурасы ішкі факторларға ықпал етеді.

Қаржы қорының жетіспеуі, қаржы дағдарысы баспасөз қызметінің кадр саясатын шешуде радикалды мүмкіндік бермейді. Біліктілігі төмен кадрларды қысқарту өзекті мәселені шешуге жаңаша қадам жасауға ықпал етеді. Өзін-өзі сыйлаған баспасөз қызметі штатында ең қажетті, кәсіби біліктілігі жоғары қызметкерлерді ғана қалдырады. Аталған процесс қалған қызметкерлердің жүктемесін арттыруға септігін тигізеді, жұмыстың негізгі бөлігін бұрыннан осылар атқаратындықтан, қысқару істің барысына оншалықты әсер етпейді. Өз кезегінде қысқаруға ұшыраған қызметкерлер нәтижесі аз мамандар болатын, сондықтан баспасөз қызметінің басшыларына бұл қосымша қиындық тудырмайды. Тәжірибесіз мамандар жұмысқа үлесін толық қоспайтын еді, олардың еңбек нәтижелері жалпы қорға қосылып кететін, түскен пайда да осы еңбекке лайықты еместерге теңдей бөлініп кететін.

Міне, осындай жолмен жасалаған ротациялау баспасөз қызметіне кадрдағы қарама-қайшылықтардың түйінін шешуге, еңбек нарығындағы төменгі сапаны жойып, мекемелерге қосымша қаржылық қор жасауға мүмкіндік береді.

Жоғарыдағы атқарылған процестер мемлекеттік емес ұйымдарға тән. Мамандардың тұрақтамауынан кадрлық мәселе туындайтынын көптеген сарапшылар атап өтуде. Осы пікірге байланысты мемлекеттік институттар табыс табуға емес, қызмет етуге негізделуі тиіс. Мүмкін осы жағдайға байланысты мемлекеттік институттар мен бизнес құрылымдардың арасындағы айырмашылықтар да туындайтын шығар. Мемлекеттік мекемелердің баспасөз қызметінде жұмыс өтілі көп мамандар жиі кездеседі, сондықтан олардың кәсіби тәжірибесі мен орындаушылық шеберлігін пайдалана тұруға тура келеді. Олар инновация мен озық тәжірибені қабылдауға зейінді, жұмыс сапасы жоғары.

Қалай десек те, білікті команда жасақтау мен қалыптастыру баспасөз қызметіне өте өзекті мәселе болып отыр. Тәжірибе көрсетіп отырғандай, қазіргі баспасөз қызметінде «егер жұмыс дұрыс жүрсін десең – бәрін өзің жаса» деген ұстаным әлі де өзекті болып қалып отыр. Бұл жағдайдан шығу барлық уақытта да кадр тапшылығына келіп тіреледі. Сол себепті өз ұжымы үшін басшының кадрға тікелей атсалысуына тура келеді. Әсіресе, бұл жекеменшік баспасөз қызметінде өте өзекті проблема.

**Әдебиеттер**

- 1 Егоршин А.П. Управление персоналом: учебник для вузов / А.П.Егоршин. – 3-е изд. – Н.Новгород: НИМБ, 2002. – С.85.
- 2 Шкатула В.И. Настольная книга менеджера по кадрам. Изд. 2-е, изм. и доп. / В.И.Шкатула. – М.: Изд. группа ИНФРА-М – НОРМА, 2000. – С.147.

**Referenses**

- 1 Egorshin A.P. Upravlenie personalom: Uchebnik dlya vuzov / A.P. Egorshin. – 3-e izd. – N.Novgorod: NIMB, 2002. – с.85.
- 2 Shkatula V.I. Nastolnaya kniga menedzjera po kadram. Izd. 2-e, izm. i dop. / V.I.Shkatula. – M.: Izd. gruppa INFRA-M – NORMA, 2002. – s.147.