

ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫСТАҒЫ КОММУНИКАТИВТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ЕРЕКШЕЛІГІ



Абай Садуақасов

*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық
университеті журналистика
факультетінің аға оқытушысы*

Біз өмірсүріп жатқан қоғам дамып, жоғары сатысына көтерілген сайын ақпаратқа деген сұраныс жан-жақты арта түседі. Соның нәтижесінде ақпаратты жинау, сұрыптау, тарату, өңдеу процестері күрделеніп ол-коммуникативтік технологияларға айналады. Қазіргі кезде «коммуникация» жайлы басты үш ұғым бар деп қарастыруға болады. Соның біріншісі, әлеуметтік саладағы: су құбыры, газ құбыры, электр желісі, почта, телеграфтық байланыс желілері болса, екінші, БАҚ оның ішінде тек электронды БАҚ (радио, телевизия), интернет желісі жатады. Үшінші, Қоғаммен байланыс (PR) саласындағы ақпаратпен, оқйғамен, жарнамамен жұмыс істейтін мамандар иесі. Оған сөйлеу коммуникациясы (вербальді және вербальді емес құралдарды пайдалану) жеке тұлға коммуникациясы, аратрлық өнер

В статье рассматриваются проблемы PR коммуникации Казахстана

The article discusses the problem of PR Communications of Kazakhstan

де кіреді. Міне, осы сала қазіргі кезде ерекше қарқынмен дамып өсу үстінде.

XX-ғасырдың 60-жылдары Америкада ғылымның осы бір жаңа саласының теориялық негізі қаланып ол-«Коммуникативистика» деп атала бастады /1.9/. Коммуникативистика ғылымының өзіне тән жаңа мамандары да пайда болды, атап айтқанда: спиндоктор, спичрайтер, мадератер, нюзмейкер, баспасөз қызметкері (пресс-секретарь), имиджмейкер, келіссөз жүргізуші, қауесет жөніндегі маман, қайшылықты жағдайды реттейтін маман, жарнамашы, психотерапевт және тағы басқа мамандарды-«коммуникаторлар» деген бір сөзбен топтастыруға болады. Коммуникаторлар уақыт талабы тудырған болашақтың мамандығы болып өзгеріп толыға, жаңара бермек. Әрине, бұған қарап бұл бұрын соңды болмаған мамандықтар деген ой тумау керек, себебі Кеңес үкіметі тұсында да осындай жұмыстар заманына қарай жасалған болатын. Мысалы, Коммунистік партияның орталық атқару комитетінің сыртқы саясат ақпараттарымен жұмыстейтін бөлімі осы жоғарыдағы шаралармен айналысты. Сөзіміз дәлелді болу үшін жоғарыда айтылған коммуникатор мамандардың бірнешеуіне тоқталайық.

Спиндоктор мамандығы.

Ағылшынның «spin» сөзі «айналу» деген мағана береді /1.69/. Қазіргі кезде спидокторды ақпарат менеджері деп те атайды. Бұл ақпарат менеджменті қайшылықты жағдайда қолданылады. Мәселен болған оқиға бір басқа да, оны БАҚ- та журналистердің суреттеуі бір басқа болып келуі ықтимал (мысалы, 31-телеарнаның жаңалықтары мен КТК немесе Хабар арнасының жаңалықтарын салыстыратын болсақ, оны аңғаруға болады)/2/. Соның арқасында шынайы ақпаратты суреттеу сәтсіз шығып, комментарилердің жетегінде кетіп ақпарат басқа рең алады. Осы мәселені жібермеуге, алдын алуға тырысатын немесе эфирден өткен ақпаратты жұмсартып дұрыстауға талпынатын мамандар – спиндокторлар болып табылады. Спиндокторлар оқиғаның алдын алып журналистерден бір қадам алда болуға тырысады. Содықтан көптеген баспасөз мәслихаттарында журналистерге күні бұрын баяндамашы саясаткерінің сөйлейтін сөзінің мәтінін беріп қояды. Тәжірибелі спиндоктор өз басшысына журналистер тарапынан қойылатын сұрақтардың 90

пайызын алдын ала болжап, сол сұрақтарға бастығын дайындайды. Көбіне алдын ала даярланған журналистерге сұрақтар беріп қояды.

Спиндоктордың қызметін екі кезеңге бөліп қарастыруға болады: бірінші кезең – оқиғаға дейінгі кезең, екінші кезең – оқиғадан кейінгі кезең. Спиндокторлар: саяси спиндокторлар; үкіметтік спиндокторлар; оппозициялық спиндокторлар деп бөлінеді. Жұмыс істеу барысында спиндокторлар негізінен мыналарға сүйенеді:

- жеке беделіне
- журналистермен таныстығына
- ақпараттық инфрақұрылым саласындағы біліктілігіне сүйенеді.

Келесі спичрайтер маманы.

Спичрайтер ол белгілі бір саясаткерлерге, қоғам қайраткерлеріне, президентке ел алдында, баспасөз маслихаты кезінде журналистер алдында сөйлейтін сөзінің, баяндамасының мәтінін даярлап беретін маман. Ол басшысын даярлау барысында мәтінді оқып шығып, қиын абзацтарын қайталауға кеңес береді. Қазіргі таңда біздің елімізде бұл істің барлығын баспасөз-хатшысы атқарады.

Мәмлегер немесе келіссөз жүргізуші маман.

Қазіргі кезде түрлі халықаралық, ұлтаралық жағдайларға байланысты проблемаларды келіссөз жүргізу арқылы шешуге тырысатын адамдар үкімет басында, саясатта жиі кездеседі. Ондай адамдарды мәмлегер дейміз /3/. Көбіне бұл адамдар ланкестермен арада адам өлімі болмас үшін немесе екі ел арасындағы кездесулерде ойға алған мақсаттарды мемлекет мүддесін алға тарта отырып компромис арқылы шешуді көздейді. Мәмлегер мына нәрселерді есінде ұстауы қажет:

- өз опонентінің тілінде сөйлеуді;
- қарсыласының талаптарын түсінікпен қабылдайтынын аңғартуды;
- қарсыласының талап-тілектерін ескеріп мәселенің тиімді шешуін табуды.

Ресей ғалымы М.Лебедеваның пайымдауынша келіссөз жүргізуді бірнеше сатыға бөлуге болады /1.159/:

1. келіссөз жүргізуге дайындық сатысы;
2. келіссөз жүргізіп қол қою дәрежесіне жеткізу;

3. келіссөз қорытындысына анализ жасау және қол қойылған келсімшарттың жүзеге асуын қадағалау.

Келіссөз жүргізудің ең тиімді үлгісі Гарвардтық жоба көлемінде көрсетілген. Гарвардтық бағдарлама негізгі төрт базистік бөлімнен тұрады, ал қалғаны солардың кеңейтілген тармақтары болып табылады. Оның негізгісіне тоқталар болсақ:

1. Келіссөз жүргізушілермен келіссөз жүргізетін мәселелерді анықтап бір-бірінен ажыратып анықтап алу қажет.

2. Келіссөз жүргізу позициясына емес, назарды мақсат-мүддеге аударыңыз.

3. Екі жаққа бірдей тиімді варианттарды қарастыру қажет.

4. Келіссөз объективті критерилердің негізінде құрылуы тиіс.

Баспасөз хатшысы маманы.

Баспасөз хатшысының коммуникациялық міндеті мынадай күнделікті жұмыстардан тұрады. Президенттік басқару жүйесінің мәселесімен айналысқан сарапшы Стивен Хестің айтуынша АҚШ-тың федералды деңгейінде баспасөзбен байланыс жасайтын ресми өкілдің уақытының 50 пайызы журналистердің сұрақтарына жауап берумен өтеді, 25 пайызы оқиғалардан хабардар болу үшін мекеме ісіне арналады, ал қалған 25 пайызы материалдармен түрлі шараларды дайындауға жұмсалады.

Жоғарыда келтірілген баспасөз хатшысының жұмысына тереңірек үңілетін болсақ, оның мынадай қырларын көруге болады:

1. Лауазымды тұлғаның ресми өкілі ретінде үнемі немесе арнайы ұйымдастырылатын брифингтер өткізу.

2. Баспасөз қызметінің күнделікті жұмыстары.

3. Материалдарды тарату жөнінде БАҚ-пен келісілген ұзақ мерзімді арнайы кампаниялар жоспарлау және оларды өткізу.

4. БАҚ-тың сұраныстарын қанағаттандыру.

5. Баспасөз үшін мемлекеттік шенеуніктермен сұхбат және брифинг өткізуге дайындық жұмыстарын жүргізу.

6. Баспасөзбен қарым-қатынас және БАҚ-тың үкімет ұсынған саяси шешімге қатысты көзқарасы жөнінде мемлекет шенеуніктерімен және олардың аппараттарымен кеңес өткізу.

7. Міндетті түрде айтылатын сөздің

дайындығын бақылау, дайын сөз мәтіні мен хабарламаларды қарап шығу.

8. Баспасөз маслихаты сияқты басқа да шараларды ұйымдастыру.

9. Пресс-релиз, пресс-kit, анықтама және сол сияқты материалдарды дайындау.

10. Өзге мемлекеттердің баспасөз қызметтерімен байланыс орнату немесе оларды қадағалау.

11. Келген журналистерді қонақ үйлерге орналастырып олардың жүріп-тұруын ұйымдастыру.

12. Журналистерді аккредитациялау.

13. Баспасөз қызметінің материалдарына іштей және сырттай бақылау жүргізу.

14. Өткізілген шараның ұтымды жақтарына талдау жасап, алдағы уақытта жоспарланған осындай шараларға ұсыныстар әзірлеу.

Баспасөз хатшысы тиімді жұмыс істеуі үшін, журналистедің қолы оған жететіндей болуы керек, ол әр нәрседен хабардар болуы керек және демократия жағдайында баспасөздің ерекше маңыз алатындығына оның сенуі керек.

Қайшылықты кезеңде баспасөз қызметінің коммуникативтік байланыс орнатуы.

Қайшылықты жағдай-аякасты күтпеген жерден болатын оқиға және ол өзіне қатысты тез арада үн қатуды талап етеді. Қайшылықты жағдай жер сілкінісі, дауыл немесе адамдардың әрекетінен болатын-жарылыстармен дау-жанжалдар сияқты түрлі апат түрінде болады.

Түптеп келгенде ол жоғары лауазымды тұлғалар мен ірі ұйымдардың беделіне нұқсан келтіреді. Ал, дағдарыстан шығудың жолын тапқандар өз беделі мен абройын ғана сақтап қоймайды, оларды бұрынғыдан да күшейте түседі. Қайшылықтан шығудың тиімді жолын жайшылықта ойластырған жөн.

Егерде сіз мемлекеттік баспасөз хатшысының қызметін атқарып отырған болсаңыз, қайшылықты жағдайда ең дұрысы ашықта адал жұмыс істей отырып, шынайы ақпараттардың шығуына мейлінше жағдай жасауыңыз қажет. Сіз бұрын баспасөз үшін үнемі күнделікті брифингі өткізіп тұрсаңыз, ендігі жерде оны тығыз кестемен күніне үш мәрте өткізесіз. БАҚ сіздің көмегіңіз арқылы сіздің төңірегінде болып жатқан жағдайлар туралы өз материалдарын дайындап трансляция жасайды. Ал, материалдарды дайындау үшін көмектесуге сіз мүдделісіз, ол материал жағымсыз болса да өз ұстанымыңызды

дұрыс көрсете білуіңіз керек. Әйтпесе БАҚ мемлекеттік лауазымды тұлға туралы: «Біздің талап-тілектерімізді қанағаттандырамады» деп жазады да күдікпен қауесетті өршітеді. Қайшылықтық жағдайда барлық қатысушы тұлғаларды залға жыйып оларға тек деректер беру керек. Өз білетініңізден артық еш нәрсе айтпаңыз, өз пікіріңізді айтудан сақтаныңыз және журналистерге үнемі жаңа ақпарат хабарлап отырғаныңыз жөн. Тілшіліер ақпарат алу керек, егер сіз оларға еш нәрсе хабарламасаңыз онда олар тек қауесет таратады.

Қайшылықтық жағдайға дейін:

1. Қашанда журналистермен өзара сенімді қарымқатынас жасаңыз. Дағдарыстың өршіп тұрған кезінде олардың күдігі азайып, сізбен көбірек қарым-қатынас жасауға тырысады.

2. Қайшылыққа қарсы тұратын менеджер роліне адам тауып қойыңыз. Оған тапсырма беріп, алда орын алуы мүмкін жайсыз мәселелер мен бағыттарды анықтап алыңыз. Оларға баға беріңіз. Мәліметтер жинап, мұндай оқиғалардың алдын алатын немесе оларды мүлдем болдырмайтын коммуникациялық стратегия белгілеңіз.

3. Қайшылыққа қарсы жұмыс істейтін топтың құрамын анықтап, олардың міндетін белгілеп, қолданылатын шаралар мен сценарилерін анықтаңыз.

4. Қайшылықтық жағдайында жұмыс істейтін баспасөз-орталығын құруды жоспарлап қойыңыз. Бұл жоспарда отыратын үстел-орындық, телефон байланысы, көлік қоятын тұрақ, электір желісі мен қағаздар көбейтетін техника, тіпті кофе де ескерілуі керек. Сонымен қатар мекеменің, әсіресе қызметкерлердің қауіпсіздігін де ойластыру қажет.

Қайшылықтық жағдай болған кезде:

- Дағдарыс болса, ол туралы лезде баспасөзге хабарлау қажет, әйтпесе БАҚ ақпаратты басқа жолмен алады.

- Орталықта қауесеттерді жоққа шығарып жаңалықтар тарататын фактілер жинап, брифингтер өткізумен күні – түні шұғылданатын баспасөз орталығын ұйымдастырыңыз.

Қауесет жөніндегі маманның қызметі.

Ұзынқұлақтан келіп түскен хабар коммуникативтік әдістердің бір түрі болып табылады. Кейде «өсек-аян», «сыбыс», «алыпқашпа сөз» деп айтып жататын бұл

құбылыстың қоғам өмірінде атқаратын қызметі зор. Қазіргі кезде батыстық баспасөз бен журналистика осы құбылысқа жиі сүйенеді.

Ұзынқұлақ арқылы таратылатын жаңалықтар мен хабарлар тек PR саласында немесе мемлекет, халықарлық саясатта көрініс табуы мүмкін. Сайлау науқаны кезінде бұл әдіс-тәсіл қара PR ретінде жиі көрініс табады. Себебі: сайлауға түскен үміткерлер бір-бірінің әлсіз тұстарын тауып немесе жалған ақпарат таратып беделін түсіруге тырысады. Жалпы ұзынқұлақтан келіп түскен жаңалықтың қазақи ортадағы тарихына келетін болсақ ол газет-журналдар қазақ сахарасында шықпай тұрған кезде БАҚ-тың қызметін атқарып, бір ауылдан екінші ауылға, ауыздан-ауызға жаңалықтарды таратып отырған. Бұл хабарлардың бір ерекшелігі: таратушылардың бірнешеуінен өткен жаңалық бұрмалануы, өзгеруі, толықтырылуы, мүлдем басқа мағына беріліп кетуі мүмкін болған. Содықтан 18-19 ғасырлардағы қазақ даласындағы жаңалықтарды жеткізу үшін арнайы адамдарды ат мінгізіп жіберетін болған. Ал, қазіргі таңда ол қауесет болып табылып заңмен шектеледі.

Қауесеттің түрлері:

1. Ақпаратты қауесет-бұл қауесет аз да болса нақты фактілері бар ақпарат. Бірақ көп жағдайда ақпарат қауесетте бұрмаланады

2. Қауесет «арман» - болмаған жайды ақпарат ретінде көрсеткісі келетін ақпарат.

3. Қоқан-лоқылы қауесет-бұл зиянкестікпен болып жатқан оқиғаларды басқа жаққа бұрмалағысы келетін ақпарат.

Қауесет тарататын адамдар:

- Өзін-өзі дәлелдеп көрсеткісі келетін адамдар.

- PR – қызметкерлері.

- Белгілі мақсаттармен қоғамдық пікірді өзінше қалыптастырғысы келетін адамдар.

Қауесеттің ерекшеліктері:

1. Қауесеттің ауызша тарайтыны. 2. Қауесетті қоғам мүшелерінің бір-біріне жеткізуі. 3. Қауесетті таратушы автордың коммуникациялық ролі көмескіленіп, делдал адамның ролінің артуы. 4. Қауесетті жеткізудің тізбектілік қағидасы. 5. Ешқандай арнайы күш жұмсамай, қауесеттің өзбетінше тарала алу мүмкіндігі. Бұдан шығатын қорытынды

қауесет-қандай қоғамда болмасын әлеуметтік мәні бар хабарды таратудың бір жолы.

Қауесетпен күресу жолдары :

1. Қауесетті жоққа шығару үшін оны талдап, талқылау үшін арнайы телефон орнату.
2. Қауесетті жоққа шығару үшін көпшілік танитын белгілі бір тұлғаның көмегін пайдалану.
3. Қауесетті растау.
4. Қауесетті түсіндіру.
5. Қауесетті тарататын адамдарды іздеп табуға тырысу және оларды жазалауға тырысу.
6. Қауесетке қарсы қауесет тарату.

7. Қауесетке мән бермеу.

8. Қауесет таратылғаннан кейін комиссия құрып, қауесетті зерттеу және т.б. /4/.

Қорытындылай келе, қазіргі таңда жаңа мамандар - коммуникаторлардың ақпаратпен жұмыс істеуде алдыңғы қатарларға шығуы заңды құбылыс. Содықтан журналистеріміз сандық технология заманында қосымша коммуникаторлық мамандықты игеру заман талабы тудырған қажеттілік. Әсіресе қазқ тілді БАҚ-тың қоғаммен байланыстағы /5.24/ коммуникациялық технологияларды менгеруі үлкен жетістіктерге қол жеткізеді.

1. Почепцов Г. «Коммуникативные технологии двадцатого века» М. 1999.
2. «Қазақстандағы бұқаралық-медиа» Алматы 2001.
3. Е.П.Прохоров «Журналистика и демократия» М.2001.
4. www.google.kz
5. «Паблик рилейшнз» М. 1999.
6. Юджин Марлоу «ПИАР в электронных СМИ» Москва: «Мир», 2002.

