



ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖҰРТШЫЛЫҚПЕН БАЙЛАНЫС (PR) МАМАНДЫҒЫНЫҢ БҮГІНІ МЕН ЕРТЕҢІ

Жетпісбай Бекболатұлы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті қоғаммен байланыс және жарнама кафедрасының доценті, экономика ғылымдарының кандидаты

В статье рассматривается история становления и развития связей с общественностью (PR) в Казахстане. Изучаются актуальные вопросы PR-образования и науки, теории и практики.

This article is considered the theory of formation and development of public relations (PR) in Kazakhstan. The topical questions of the PR – of education and science, theory and practice are studied.

Еуропадағы Қауіпсіздік және ынтымақтастық ұйымы, Ислам конференциясы сияқты беделді халықаралық мекемелер төрінде отырып, бірқатар ғаламдық бастамаларға мұрындық болған, сондай-ақ Үдемелі индустриялық даму стратегиясы сияқты болашаққа бағытталған отандық жоба-жоспарларды жүзеге асыра бастаған біздің еліміз үшін имидж жасау ілімі-жұртшылықпен байланыс (қысқаша-PR) аса зәру ғылым және білім саласының бірі. Жұртшылықпен байланыс саласы біздің елімізде соңғы 15 жылда қызу дамыды. Осы салада жоғары білімнің болуы дамыған елдер үшін заңды құбылыс болып табылады. «Жұртшылықпен байланыс» мамандығы бойынша 2000 жылдан бірқатар жоғары оқу орындарында жүзеге асырылып келген кадр даярлау ісі субъективті себептерге байланысты 2004 жылы доғарылды. Республика Жұртшылықпен байланыс жөніндегі ассоциациясының, белгілі

ғалымдар мен мамандардың тікелей араласуымен PR 2009 жылы наурыз айында Қазақстан Республикасының жоғары және жоғары оқу орындарынан кейінгі білім классификаторына бакалавриат, магистратура және докторантура мамандығы ретінде енгізілді. Бүгінде болашақ пиаршылардың алғашқы легі университет аудиторияларында білім нәрінен сусындауда.

Біздің елімізде жұртшылықпен байланыс саласы бойынша мамандар даярлау жөніндегі білім беру бағдарламасы сыннан өткен жүйеге сүйенеді, оған жоғары университеттік білім ауқымындағы іргелі жалпы білімдік пәндер, сондай-ақ үш негізгі бөліктен – жалпыгуманитарлық пәндерден, журналистік және мамандық пәндерінен тұратын, мамандықтың білім кешенін түзуге бағытталған пәндердің қомақты тізімі кіреді. Оқуды «жұртшылықпен байланыс» мамандығы бойынша тамамдаған түлектер мемлекеттік мекемелерде, әралуан меншік түріндегі кәсіпорындар мен қоғамдық ұйымдарда баспасөз хатшысы, жұртшылықпен байланыс жөніндегі кеңесші болып жұмыс істей алады. Осы мамандық бойынша білімін тереңдеткен түлектер еліміздің жағымды инновациялық бет-бейнесін қалыптастыру саласында жұмыс істеу мүмкіндігіне ие болады. Бұл, әсіресе, еліміздің экономикалық әлеуетінің артуымен тікелей байланысты. Елбасы жоғары дамыған 50 ел қатарына қосылу міндетін алға қойып отырған қазіргі таңда еліміздің бәсекелестік артықшылықтарын әлемдік деңгейде насихаттай білудің маңызы арта түсуде.

Сарапшылардың пікірінше, бүгінгі таңда тек Ресей, Украина мен Қазақстан PR нарықтары ғана қалыптасып үлгірген. Бұл орайда Ресей нарығы зияткерлік әлеуетінің молдығымен ерекшеленеді. Ресей пиаршыларының тұңғыш кәсіби бірлестігі – Жұртшылықпен байланыс жөніндегі Ресей ассоциациясы (РАСО) 1991 жылы ЮНЕСКО, IPRA және CEPР сияқты халықаралық ұйымдардың қуаттап, қолдауымен құрылды. 1997 жылдан бастап РАСО Жұртшылықпен байланыс жөніндегі Еуропа конфедерациясының (CEPR) мүшесі болып табылады. Ресей Журналистер одағы, РФ Сыртқы істер министрлігі жанындағы Мәскеу мемлекеттік халықаралық қатынастар университеті (МГИМО), Ұлттық жарнама ассоциациясы РАСО құрылтайшылары болып табылады.

РАСО бүкіл ел аумағын шырмап жатқан күрделі құрылымға ие. Бүгінде оның құрамына 140-тан астам мүше-ұйымдар кіреді (PR-агенттіктер, бизнес-құрылымдар мен өндірістік холдингтердің PR-департаменттері, мемлекеттік,

коммерциялық емес ұйымдардың, БАҚ-тардың жұртшылықпен байланыс бөлімдері, ірі жоғары оқу орындары және т.б.). РАСО-ның бүкіл ел көлемінде аймақтық бөлімшелері мен өкілдіктері бар, Ассоциацияның құрылымын қалыптастыру, жаңа мүшелер қабылдау әлі жүріп жатыр.

РАСО мүшелігіне «Бритиш Американ Тобакко Россия», «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» компаниялары, Новолипецк металлургия комбинаты, «АДАМАС Столичный» зергерлік зауыты, «Росбалт-Центр» Ақпарат агенттігі, РФ Көлік министрлігінің Федералдық Жол агенттігі, «АВ-ТОВАЗ» ААҚ жұртшылықпен байланыс дирекциясы, «Нестле Фуд» компаниясы және басқа көптеген ұйымдар мүшелікке өтті. РАСО-ның Иркутск, Ярославль және Пермь өкілдіктері құрылып, белсенді жұмыс жүргізіп жатыр. Сондай-ақ РАСО-ның Орал және Солтүстік Батыс бөлімшелерінің құрамына жалпы алғанда жүзден астам ұйым кіреді, олар Ассоциацияның ұжымдық мүшелері болып табылып, өз федералдық округтерінің аумақтарында өкілдік етуде.

РАСО-ның Еділ (Волга) бойы федералдық округінде, Воронежде, Тверьде, Ростовта, Кабарда-Балқарда, Владивостокта, Сочиде, Калининградта, Уфада бөлімшелері мен өкілдіктері ашылады.

Ассоциацияның негізгі міндеттері қатарына Ресейде жұртшылықпен байланыс саласын дамыту, өз мүшелерін қамқорлыққа алып, елгетаныстыру болып табылады. РАСО ғылыми-практикалық конференцияларды, соның ішінде «Мәскеудегі PR күні» деп аталатын жұртшылықпен байланыс саласындағы жыл сайынғы фестивальді және Ресей мен ТМД-дағы «PR күндері» аймақтық фестивальдерін, Санкт-Петербургте «The Baltic PR Weekend» Халықаралық фестивалін ұдайы өткізіп тұрады. РАСО жұртшылықпен байланыс саласындағы «Серебряный Лучник» Ұлттық сыйлығын, студенттердің Бүкілресейлік «Хрустальный апельсин» жұртшылықпен байланыс бойынша конкурсын, ассоциацияның бөлімшелері мен өкілдіктері өткізетін «PRоба», «Белое крыло», «RuPoR» сияқты аймақтық конкурстарды ұйымдастырушы болып табылады. 2001 жылғы қазанда РАСО жұртшылықпен байланыс саласындағы кәсіби және этикалық принциптердің Ресейлік Кодексін қабылдады, сондай-ақ жұртшылықпен байланыс саласындағы Қоғамдық кәсіби сертификаттау үдерісіне бастамашы болды. Қазіргі таңда 120-дан астам мамандар мен кәсіби ұйымдар ерікті сертификаттау жүйесінің тезінен табыспен өтті.

РАСО жыл сайын Бүкілресейлік PR-анықтамалығын, яғни коммуникациялық қызмет көрсететін ұйымдардың каталогын шығарып тұрады, онда Ресей коммуникациялық нарығы туралы толыққанды деректерді табуға болады. Ассоциацияның қатысуымен Санкт-Петербургтегі Нева Тіл және мәдениет институтында «Невадағы PR-апталық» конкурсы, Ресей аймақтарындағы «Студенттік PR апталары», жазғы және қысқы PR мектептері өткізіліп тұрады. Ассоциацияның қолдауымен Ресейде өзекті тақырыптар бойынша пікірталас шаралары, семинарлар мен конференциялар ұдайы ұйымдастырылады. PR мамандарын баулумен және қайта даярлаумен РАСО-ның С.Д. Беленков атындағы Білім беру орталығы шұғылданады.

Жұртшылықпен байланыс жөніндегі Ресей Ассоциациясы Ресейдегі жұртшылықпен байланыс тақырыбын көтеретін ең үздік журналистік жарияланымға арналған «Ресей баспасөзі беттеріндегі PR» конкурсына құрылтайшы болды. РАСО бастамасы бойынша, 2003 жылғы 28 шілдеде Ресейдің Еңбек және әлеуметтік даму министрлігі қаулысымен PR мамандығы Жалпыресейлік классификаторға енгізілді. Бүгінде сала жұртшылығы осы датаны PR кәсібі күні ретінде атап өтеді. 2004 жылы кәсіптік мерекенің алғаш атап өтілуіне орай РАСО Мемлекеттік Думаның Федерация кеңесінде «Ресей PR-ы: қоғаммен және мемлекетпен сұхбат» атты Дөңгелек үстел өткізді.

Ассоциацияны басқаратын алқалы орган-Атқарушы Кеңеске сала серкелері, беделді ресейлік PR-агенттіктері, аймақтық бөлімшелер енді. РАСО миссиясы PR-нарығындағы жекелеген әрекетшілердің күш-жігерін жалпы салалық мәселелерді шешуге жұмылдыру болып табылады. Жұртшылықпен байланыс саласының жан-жақты да тұрақты дамуы үшін PR саласының инфрақұрылымын жасақтау РАСО мақсаттары қатарына жатады. Жалпы алғанда жұртшылықпен байланыс саласының мүдделерін және оның жекелеген мүшелерін қорғау; сала шеңберінде кәсіби және этикалық нормаларды практикаға және әдіскерлік айналымға енгізу, сондай-ақ олардың сақталуын бақылау; PR саласының кадрлық әлеуетін дамыту, жұртшылықпен байланыс саласындағы жоғары және дипломнан кейінгі білімді жетілдіру РАСО-ның мақсаттары болып табылады.

Жұртшылықпен байланыс саласының көкейтесті мәселелеріне арналып Ресейде «Пресс-секретарь», «Связи с общественностью», «Советник» сияқты кәсіби басылымдар жарық көруде.

Жоғарыда атап өткеніміздей, соңғы он-жылдықта Қазақстанда жұртшылықпен байланыс өзіндік жүйе, әлеуметтік институт ретінде қалыптасты. Үкіметтік және бизнестік құрылымдардың PR қызметтері жұмыс істеуде. Қазақстандық PR агенттіктерінің саны өсе түсуде. ҚР Жұртшылықпен байланыс жөніндегі ұлттық ассоциациясы және Қазақстан PR кәсіпқойларының «PR-шы» клубы сияқты алғашқы қоғамдық бірлестіктер пайда болды. Клубтың негізгі міндеті кәсіби PR нарығын дамытуға жәрдемдесу болып табылады. Осы мақсатта жыл сайын мамыр айында дәстүрлі PR-форум және жоғары оқу орындарында шеберлік сыныптары, студенттердің ғылыми жұмыстарының байқаулары өткізіледі. Сондай-ақ төрт жылда бір өтетін «PR-сезоны» мерекесіне пиаршы мамандар, журналистер, өзге де мамандық өкілдері қатысып, іскерлік байланыстар орнатады.

Қазақстан Республикасының Жұртшылықпен байланыс жөніндегі ассоциациясы (ЖБҰА) PR нарығында кәсіби қызмет көрсететін бірнеше компанияның бастамасы бойынша 2001 жылы құрылды. ЖБҰА-ның құрылтайшы-мүшелері заңды тұлғалар болып табылады. Қазіргі таңда ЖБҰА мүшелері қатарына «BRIF Research Group» Әлеуметтік және маркетингтік зерттеулер агенттігі, Қазақстан Баспасөз клубы, «Ренессанс» коммуникативтік менеджмент агенттігі, Ұлттық баспасөз клубы, «Имидж-Партнер» коммуникациялық тобы, «Медиа-Систем» агенттігі, «PR-Management Company» агенттігі кіреді.

ЖБҰА-ның негізгі миссиясы – Қазақстанда кәсіби PR индустриясын қалыптастырып, дамыту. Белсенді іс-әрекеті арқылы ЖБҰА Қазақстанда азаматтық қоғам орнату үдерісіне араласуда. Жарғылық мақсаттарына ЖБҰА мынадай әдістермен қол жеткізеді: Қазақстанның PR агенттіктері, сондай-ақ корпоративтік PR-мамандары арасындағы қарым-қатынастарды дамыту; кәсіби этика стандарттарын енгізу; мемлекетпен және жоғары оқу орындарымен өзара байланыста болу; халықаралық ынтымақтастық; сала мүдделерін БАҚ-та және мемлекеттік органдарда қолдау; еліміздің PR мамандарының біліктілігін арттыруға жәрдемдесу; сала мүдделерін қорғай отырып, Қазақстанның бизнес-қауымдастығымен қарым-қатынас жасау; саланың имиджін арттыруға жәрдемдесу.

ЖБҰА сияқты ассоциациялар әлемнің өзге елдерінде бірнеше ондаған жыл бойы жұмыс істеп келеді. Қаз тұрып, қалыптасқанына 15 жылдай ғана болған Қазақстанның PR нарығы

кәсіби деңгейге көтерілді. Ассоциация мүшелері 2008 жылғы 17 маусымдағы жалпы жиналысында Қазақстан Республикасының жұртшылықпен байланыс саласындағы кәсіби және этикалық принциптер кодексін қабылдады. Кодекс мақсаты – жұртшылықпен байланыс нарығының негізгі ойыншылары ұстануға міндетті нақты этикалық және кәсіби бағдарларды белгілеу.

Қазақстандағы PR саласындағы ғылыми зерттеулер мен білім беру. Еліміздің жағымды бет-бейнесін жасауда, қазақстандық патриотизмді қалыптастыруда ақпараттық байланыстарды тиімді басқару маңызды орын алды, ал бұл үдерістегі маңызды тетіктердің бірі – жұртшылықпен байланыс болып табылады. Бүгінгі таңда атқарушы және өкілетті органдардың барлық буындарында, қаржы-несие мекемелерінде, ұйымдар мен кәсіпорындарда PR құрылымдары жасақталған. Еліміздегі жұртшылықпен байланыс мамандарының саны бес мыңнан асып жығылады. Яғни, бұқаралық ақпарат құралдарының, мемлекеттік және қоғамдық ұйымдардың өкілдерімен кәсіби тұрғыда жұмыс істей алатын кадрларға деген сұраныс бар.

Жұртшылықпен байланыс саласында ғылыми зерттеулер мен әдістемелік жұмыстар жүргізіліп жатыр. Атап айтқанда, «Қазақстандағы PR мен БАҚ» атты мақалалар жинағының бесінші шығарылымы жарық көрді, әдістемелік құралдар жасалды. 2002 жылы ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік қызмет академиясында «Мемлекеттік қызмет жүйесіндегі жұртшылықпен байланыс: әдістеме, актуалды проблемалар мен қазақстандық тәжірибе» атты ғылыми-практикалық конференция өтті. 2006 жылы ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігінің бастамасымен және қаржылық қолдауымен Астанадағы Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университетінде «Қазақстан қоғамындағы ақпараттық процестер: менеджмент және маркетинг» атты республикалық ғылыми-практикалық конференция болып өтті. Осы оқу орынында 2009 жылғы сәуір айында Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінің әдістемелік жәрдемімен өткен «Қазақстандағы жұртшылықпен байланыс: теория және практика» атты халықаралық ғылыми-практикалық конференция еліміздегі PR нарығын дамыту және білім беруді жетілдіру мәселелеріне арналды. «Қазақ газеттері» жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің құрылғанына 10 жыл толуына орай әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің журналистика факультетінде 2010 жылдың 11 наурызында өткен «Қазақстан қоғамындағы ақпараттық процестер: PR, БАҚ менеджменті және маркетингі» атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция жоғарыда аталған ғылыми мәжілістердің заңды жалғасы болып табылады. Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдарында Қазақстандағы жұртшылықпен байланыстың, БАҚ менеджменті мен маркетингінің қалыптасуы мен дамуының актуалды теориялық-әдіснамалық мәселелері қарастырылды.

Осы конференциядағы кәсіби терминдер бойынша пікір алмасу қорытындысына сәйкес «Public relations» және «Связи с общественностью» атаусөздерінің қазақ тіліндегі баламасы ретінде «Жұртшылықпен байланыс» терминін алу жөніндегі ұсыныс енгізіліп, Қазақстан Республикасының жоғары және жоғары оқу орындарынан кейінгі білім классификаторындағы «Связи с общественностью» мамандығының қазақша нұсқасын «Жұртшылықпен байланыс» мамандығы деп атау жөніндегі өтініш республика Білім және ғылым министрлігінің, сондай-ақ Мемлекеттік терминологиялық комиссияның, Халықаралық «Қазақ тілі» қоғамының назарына ұсынылды.

(Жалғасы бар)

