

Шыңғысова Н.Т.,
Әбдіқасымова І.

**Мемлекеттік
құрылымдардағы PR**

Мақалада мемлекеттік құрылымдардағы PR ұғымы мен мазмұны, мемлекеттік басқарудағы PR-дың мақсаты мен міндеттері, принциптері мен функциялары қарастырылады. Мемлекеттік орган мен қоғамдық ұйым арасындағы коммуникация орнатудың негізгі принциптері талданады. Халықтың билік органдарына деген сенімсіздігінің себептерін зерттейді. Жеке, қоғамдық және мемлекеттік мүдделердің үйлесімділігін қамтамасыз етудің маңыздылығына тоқталады.

Түйін сөздер: үкіметтік PR, мемлекеттік басқару, қоғаммен байланыс, азаматтық қоғам, ақпараттандыру, коммуникация.

Shyngysova N.T.,
Abdiqasymova I.

**PR in the government
structure**

In this article considered about the meaning and content of PR in the government structures, goals and objectives, principles and function of PR in the polity. Described the analysis about of the basic principles of the establishment of communication between the state bodies and public organizations. Investigated the causes of people's distrust to authorities. We emphasize the importance of ensuring the harmony of personal, public and state interests.

Key words: government relations, public administration, public relation, civil society, informatization, communication.

Шыңғысова Н.Т.,
Абдықасымова И.

**PR в государственных
структурах**

В статье рассмотрены значение и содержание PR в государственных структурах, цели и задачи, принципы и функции PR в государственном управлении. Проводится анализ основных принципов установления коммуникации между государственным органом и общественной организацией. Исследуются причины недоверия народа органам власти. Подчеркивается важное значение обеспечения гармонии личных, общественных и государственных интересов.

Ключевые слова: государственный PR, государственное управление, связь с общественностью, гражданское общество, информатизация, коммуникация.

**МЕМЛЕКЕТТІК
ҚҰРЫЛЫМДАРДАҒЫ
PR**

Техника мен технологияның даму қарқынына сәйкес өмірімізге жаңа ұғымдар, қосымша қызметтер мен орасан-зор мүмкіндіктер енуде. Оларды игеріп кету – өзіміздің қолымызда. Тіршілігімізге етене араласқан жаңа ұғымдар біздің өмірімізде бұрыннан бері келе жатқан дүниелер болуы да ғажап емес. Тек Мұқағали Мақатаевтың сөзімен айтар болсақ, «Қазақтың күпі киген қара өлеңін, өзіне шекпен жауып қайтарамын» дегеніндей, жаңаша леп әкелген заттың біздің ұлттық болмысымыздың бір түкпірінде бұғып жатпасына кім кепіл.

Біздің нарыққа жаңадан қосылып, енді-енді қадамын басып келе жатқан ұғымдардың бірі – «Public relations». Қазіргі таңда мамандар «Public relations» ұғымының 500-ден астам анықтамасын алға тартып отыр. Көптеген сарапшылардың пікірі бойынша, солардың ішіндегі ең ұтымдысы 1989 жылы тамыз айында Мехико қаласында 30-ға тарта ұлттық PR-ассоциациялардың өкілдері сөз сөйлеген Мексикандық хабарламада мазмұндалған: «Public relations» – бұл қоғамдық қатынастардың даму тенденциясын сараптау өнері мен ғылымы, сондай-ақ, ұйым басшылығына ұсыныстар беру мен ұйымның және қоғамның мүддесін көздейтін іс-әрекеттер бағдарламасын жүзеге асыру [1]. Көптеген анықтамаларды қорытындылай келе, қоғаммен байланыс – жеке, қоғамдық және мемлекеттік мүдделердің үйлесімділігін қамтамасыз етуге негізделеді деген пікірге тоқталамыз [2].

PR-мамандарының сәтті қызметінің негізі қоғамның әртүрлі тобымен тиімді коммуникациялық қарым-қатынас орната білуінде жатыр. Халықаралық PR-ассоциациясының Бас хатшысы қызметін ұзақ жылдар бойы атқарған Сэм Блэк тиімді қарым-қатынастың 9 ережесін құрастырған: әрқашан шынайы және толық ақпаратты талап етіңіз; сіздің хабарламаңыз қарапайым және баршаға түсінікті болуына қол жеткізіңіз; ақпараттың құндылығын әдейілеп арттырмаңыз; сіздің аудиторияңыздың жартысы әйелдер екенін естен шығармаңыз; зерігуге жол бермей, қарым-қатынас жасау үдерісін қызықты өткізіңіз; қарым-қатынас орнату формасын бақылаңыз; қоғамдық пікірдің барлық қырын анықтауға уақытыңызды аямаңыз; қарым-қатынас үздіксіз түрде болуы керектігін естен шығармаңыз; қарым-қатынастың

әрбір кезеңінде сенім ұялататындай және конструктивті болыңыз [3].

PR мемлекеттік басқару саласында – бұл қоғамдық мүдделерді жүзеге асыру, халықтың немесе белгілі бір аумақ халқының еркін білдіру арқылы қоғамдық ресурстарды өндіру, бөлу және пайдалану бойынша билік органдары, жеке сектор, азаматтық қоғам институттары, әртүрлі әлеуметтік, кәсіби топтар мен қоғамдық ұйымдардың өзара жүйелі байланысын сипаттайтын қызмет түрі.

Мемлекеттік басқарудағы PR-дың мақсаты: мемлекеттік билік органдарының қызметіне сенім тудыру арқылы олардың легитимділігін арттыру бойынша қызметін ұйымдастыру.

Мемлекеттік қызметтегі PR-дың негізгі функционалдық міндеттері:

- Мемлекеттік басқаруды демократияландыруға қатысу;

- Азаматтық қоғам құруға атсалысу.

Осы жерден PR-дың мемлекеттік қызметтегі жұмысының негізгі бағыттары шығады:

- Азаматтармен және ұйымдармен байланыс орнатып, қолдап және кеңейтіп отыру;

- Қоғамды қабылданып жатқан шешімдер туралы ақпараттандыру;

- Қоғамдық пікірді зерттеу;

- Лауазымды тұлғалар мен билік органының әрекетіне қоғамдық әсерді сараптау;

- Қоғамдық-саяси процестерді бағдарлау;

- Ұйымды сараптамалық құрылымдармен қамтамасыз ету;

- Мемлекеттік билік органының, мемлекеттің жағымды имиджін қалыптастыру.

PR принциптері: ашықтық, адалдық, демократиялылық, альтернативтілік, кері байланыс.

PR функциялары: жағдайды сараптау мен бағамдау; әсер етудің мақсатын анықтау және бағдарламаларды құру; бағдарламаларды жүзеге асыру мен қоғаммен байланыс орнату; жасалған дүниеге баға беру.

Билік органдары үшін PR-дың мағынасы туралы айтқан кезде, халықтың билік органдарына деген сенімсіздігін тудыратын себептерді талқылаған жөн сияқты. Қоғам билікке сенімсіздік тудыру арқылы PR-технологиялардың дамуына даңғыл жол ашып береді. Ал, себептеріне келетін болсақ:

Ең алдымен «техникалық» себептер: мемлекеттік органдар қоғаммен байланыс саласындағы мамандар мен құрылымның жоқтығы салдарынан азаматтарға өздерінің іс-әрекетінің мақсаты мен мәнін жеткізе алмай, қызметінің нысаны мен олар жұмыс істеп, мәселелерді

шешуге мәжбүр болатын жағдайлар, шарттар жөнінде ойға қонымды дүние айта алмауында жатыр.

«Мәдени-тарихи» типтегі себептердің негізі біздің қоғамымыздың халықпен билік арасындағы алшақтыққа бейімділігімен түсіндіріледі. Бүгінгі таңда әр елдің кемелді, демократиялық заң-түзімдері бар. Сол заңдардың бәрінің де тарихи негіздері қазақ хандығының заңдары сияқты халықтық заңдардан туындаған әрі дамыған. Қазіргі жас ұрпақ сол алшақтықты азайту үшін бүгінгі кемелді заң-түзімдерді атқаруда, оған бойұсынуда адалдық, борыштылықтарын арттырумен бірге, бабаларымыз жасап, атқарып кеткен жоралғылардың рухани мәнін түсінгендіктері артықтық етпейді [4].

«Ұйымдастырушылық» себептер мамандандырылған, құзырлы кәсіби шеберлердің болмауымен байланысты. Бұндай себептер тек осы жерде ғана емес, барлық салада кездесетіндігі баршаға аян.

«Ресурстық» себептер мемлекеттік қызметтің жеткіліксіз қаржыландыруымен, қажетті материалдық-техникалық базаның жоқтығымен, уақыттық ресурстар және т.б. аздығымен түсіндіріледі [5].

Әкімшілік-басқарушы мемлекеттік құрылымдардағы қоғаммен байланыс коммерциялық ұйымдардағы PR-қызметтен өзінің сипаттамасы бойынша да, қойылған мақсаттары мен міндеттері бойынша да өзгешеленеді. Бұл бизнестегі басқарудың тиімділігі коммерциялық кәсіпорынның әкелетін табысымен (өлшеуге болатын нақты және сезілетін экономикалық көрсеткіштер), ал мемлекеттік басқаруда – көпшілік электораттың (әлеуметтік қарым-қатынастардың саяси құраушысы) қолдауымен сипатталатындығымен түсіндіріледі. Бұл жағдайда салық төлеуші мен сайлаушы, яғни әртүрлі деңгейдегі мемлекеттік органдардың әрекеті жөніндегі өзіне қажетті бүкіл ақпаратты білгісі келетін және оған құқығы бар азамат, PR-әсер етудің объектісіне айналады. Билеуші құрылымдардың қоғамның электоралды топтарын өздерінің қызметі жөнінде үнемі хабардар етіп отыру мемлекеттегі демократиялық басқарудың маңызды қажеттілігі болып табылады.

Ел Президентінен бастап басқару сатысындағы төменгі топтағы шенеунікке (әртүрлі бұйрықтар мен тапсырмаларды орындаушы) дейін барлығы коммуникацияның әртүрлі арналарын пайдалану арқылы өздерінің сәтті жұмыстарын көрсетуге тырысып бағады.

Басқа қырынан алғанда, БАҚ өкілдері де өз кезегінде мемлекеттік баспасөз қызметі мен PR-менеджерлердің сауатты жұмысына орай әрекет етіп, ақпараттық кеңістікті әртүрлі оқиғалар, іс-әрекеттер мен кездесулер және т.б. туралы хабарламалармен толтырып тастайды. Өткізілген іс-шаралар туралы мұндай ақпараттандыру реактивті коммуникация ұғымымен сипатталады.

Үкіметтік PR-дағы таза ақпараттық функциясынан бөлек ұйымдастырушылық-басқарушылық және spin doctor технологиясын пайдалану арқылы жүзеге асырылатын бақылаушылық функциялары да аса үлкен мәнге ие. Бұл жерде оқиғалар жағымсыз сипатқа ие болып, қоғамдық пікірге теріс әсер ету мүмкіндігі бар ақпараттық-коммуникациялық мәселе туындаған жағдайдағы қоғаммен байланыс мамандарының ақпаратты сауықтыру қызметі туралы сөз болып тұр. Билеуші құрылым өкілдерінің кәсіби қызметіне деген қарапайым адамдар мен БАҚ-тың пікірін жіті бақылау; қоғамдық маңызы бар оқиғалар баспасөз бетінде қалай жарияланады – объективті түрде ме, әлде алдын-ала ойластырылған түрде ме; бәсекелестердің фактілер мен шешімдерге және т.б. әсер етуге деген әрекеттерін бөгеу – міне, бұл әртүрлі ақпарат тасымалдаушылардың қоғамдық пікірге әсер етуін бақылау жұмысы бойынша PR-мамандарының алдында тұрған міндеттердің аз ғана тізімі.

Үкіметтік PR-дың тағы бір айрықша белгісі бірінші басшылардың қоғам алдында ойнауға тура келетін символикалық ролімен тығыз байланысты. Әртүрлі деңгейдегі қоғамдық көшбасшылардың сыртқы атрибутикасы, айрықша жариялылығы мен мәжбүрлі маңыздылығы, әдетте көпшіліктің көзіне тұлғаның сыртқы, вербалды емес сипаттамаларын аса елеулі ете түседі (кейде тіпті көшбасшының шынайы бет-бейнесінен асып түседі). Осылайша, Г. Почепцов көрермендер ақпараттың 69 пайызын визуалды бейне (сөзді қажет етпейтін қатардағы вербалды емес ақпарат) арқылы, және тек 31 пайызы маңызды ақпаратты ауызша немесе жазбаша сөз арқылы алатындығын көрсеткен. Сол себепті қазіргі таңда көшбасшылардың

актерлік шеберлік, өзіне қарата аларлық көрнекі түрін көрсету, байсалдылық, шешендік өнер, жағымды дауыс тембрін қою сияқты дүниелерді игеруге деген арнайы дайындығына аса мән беріледі. Көшбасшының іскерлік қасиеті, ұйымдастырушылық шеберлігі, мәселелерді дұрыс әрі дер кезінде шеше білу қабілеті, халқына, еліне деген адалдық қашан да ең басты орынға қойылады [6].

Үкіметтік PR-дың жоғарыда атап өтілген айрықша функциялары мен міндеттерінен бөлек тағы да бір өте маңызды сәтті атап өткен жөн. Үкіметтік сектордағы PR үшін етене таныс кері байланыс механизмін модельдеу туралы сөз қозғалуда. Бүгінгі күні бұл мемлекеттік коммуникативтік құрылымдардың жұмысындағы болашағы зор бағыттардың бірі. Қазіргі таңда азаматтық қоғамның функционалдық өкілдері болып табылатын әртүрлі саяси және қоғамдық ұйымдармен жоспарланған жұмыс кері байланыс орнатудың маңызды арнасы болып табылады. Мемлекеттік орган мен қоғамдық ұйым арасындағы коммуникация серіктестік негізінде құрылған кезде – бұл кері байланыс орнатудың мінсіз нұсқасы болмақ. Бұл жерде өзара байланыс орнатудың негізгі принциптері: Қатысушы тараптардың дербестігі; бір-біріне деген сенім; рөлдерді өз еркімен және анық бөлуі; ерікті түрде берілген ақпараттардың негізінде екінші тараптың қызметінен хабардар болу; іс-әрекеттерді келісіп отыру және екінші тараптың ұстанымын ескеру; мәселені бірлесе шешуге күш салу [7].

Баяндалғандарды ескере отырып, мынадай қорытындыға келуге болады: Үкіметтік PR құрылымдарының негізгі мақсаты – мемлекетті басқару бойынша алдында тұрған мәселелерді сәтті шешуге қабілетті және мықты билік абыройына ие тиімді әрі білікті басшылықтың бейнесін құру. Сонымен қатар, жоғарыда аталған халықтың билік органдарына деген сенімсіздігінің себептерінің алдын алып, салдарларын жою – барша PR мамандарының борышы болмақ. Діттеген нәтижеге қол жеткізу үшін, ортақ мүдде жолында жұмысқа жұмыла кіріскен жөн деп білеміз. Билік пен халық арасындағы түсіністік пен татулық – баршаның мүддесі болсын.

Әдебиеттер

- 1 Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: Модино Пресс, 1990. – С. 16.
- 2 Моисеев В.А. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – К.: Вира, 1999. – С. 128.
- 3 Блэк Сэм. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: Модино Пресс, 1990. – С. 18-19.

- 4 Қазақ хандығының заң-жарғылары және оның отбасы-неке қатынасындағы рөлі / Б. Әдірбекқызы // Хабаршы. Тарих сериясы. №2(77) – 103 б.
- 5 <http://studopedia.org/6-20665.html>
- 6 Наш Президент. Документальная повесть – Алматы: Алматы кітап, 2014. – С. 114.
- 7 <http://studme.org/1767092118338>

References

- 1 Blek Sem. Public rileishnz. Chto eto takoe? – M: Modino Press, 1990 j. – 16 b.
- 2 Moiseev V. A. Public rileishnz. Teoriya i praktika. – K.: Vira, 1999 j. – 128 b.
- 3 Blek Sem. Public rileishnz. Chto eto takoe? – M: Modino Press, 1990 j. – 18-19 b.
- 4 Qazaq handygynyn zan-jargylary jane onyn otbasy-neke qatynasyndagy roli/ B. Adirbekqyzy//Habarsly. Tarih seriyasy. №2(77) – 103 b.
- 5 <http://studopedia.org/6-20665.html>
- 6 Naw Prezident. Dokumental'naya povest' – Almaty: Almatykitap, 2014 j. 114 b.
- 7 <http://studme.org/1767092118338>