

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

- 1 Людтке А. Что такое история повседневности? Ее достижения и перспективы в Германии? // Социальная история. 1998-1999. – М., 1999. – С. 25.
- 2 Коркюф Ф. Феноменологический конструктивизм: вклад А.Шюца // Новые социологии / пер. с фр. Е.Д.Вознесенской, М.В.Федотовой; Науч.ред. Н.А.Шматко. – СПб: Алелейя, 2002. – С. 80–84.
- 3 Гирц К. Интерпретация культур. М., 2004.
- 4 Зотов А.Ф., Мельвиль Ю.К. Западная философия в XX в. – М.: Проспект, 1998. – С. 245-265.
- 5 Р.Б. Миронов «Социальные проблемы колхозного крестьянства Байкальского региона: 1945-1956 гг.», дисс. кандидат исторических наук, 2012 г.
- 6 Вавулинская Л.И. Повседневная жизнь населения во второй половине 1940-х - 1950-е гг. (по воспоминаниям жителей Карелии), НАУЧНЫЕ ВЕДОМОСТИ, Серия: История. Политология. 2019. Том 46, № 4
- 7 Л.В. Изюмова. Колхозный социум 1930–1960-х гг.: социальная трансформация, идентификация и престиж, Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. 2008. N 59, вып. 16

References:

- 1 Lyudtke A. CHto takoe istoriya povsednevnosti? Ее dostizheniya i perspektivy v Germanii? // Social'naya istoriya. 1998-1999. – М., 1999. – S. 25.
- 2 Korkyuf F. Fenomenologicheskij konstruktivizm: vklad A.SHCHyuca // Novye sociologii / per. s fr. E.D.Voznesenskoj, M.V.Fedotovoj; Nauch.red. N.A.SHmatko. – SPb: Aleleija, 2002. – S. 80–84.
- 3 Girc K. Interpretaciya kul'tur. M., 2004.
- 4 Zotov A.F., Mel'vil' YU.K. Zapadnaya filosofiya v HKH v. – M.: Prospekt, 1998. – S. 245-265.
- 5 R.B. Mironov «Social'nye problemy kolhoznogo krest'yanstva Bajkal'skogo regiona: 1945-1956 gg.», diss. kandidat istoricheskikh nauk, 2012 g.
- 6 Vavulinskaya L.I. Povsednevnyaya zhizn' naseleniya vo vtoroj polovine 1940-h - 1950-e gg. (po vospominaniyam zhitelej Karelii), NAUCHNYE VEDOMOSTI, Seriya: Istoriya. Politologiya. 2019. Tom 46, № 4
- 7 L.V. Izyumova. Kolhoznyj socium 1930–1960-h gg.: social'naya transformaciya, identifikaciya i prestizh, Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2, Gumanitarnye nauki. 2008. N 59, vyp. 16

FTAMP 11.15.25

<https://doi.org/10.51889/2020-4.1728-8940.33>

Ш.Б.. Оспан*

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университетінің 2-курс магистранты,
Алматы, Қазақстан, e-mail: baqospan@gmail.com

МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУДАҒЫ САЯСИ PR-ДІҢ РӨЛІ

Аңдатпа

Мақалада Қоғаммен байланыс пәні, негіздері, жіктелуі және қызметі баяндалады. Зерттеу негізі ретінде саяси PR алынып, оның мемлекеттік басқарудағы атқарушы рөліне талдау жасалады. Мемлекеттік басқару институттарындағы саяси коммуникация ерекшеліктері, оның құрамы мен технологиялары сарапталып, әлемдік тәжірибедегі PR зерттеулерінің нәтижелеріне қысқаша тоқталып өтіледі. Отандық саяси PR ахуалы мен қоғаммен байланыс саласындағы ғылыми шолу жасалады. Зерттеу қорытындысы ретінде, PR талаптары мен тіршілік ортасы көрсетіледі.

Түйін сөздер: PR, саяси коммуникация, мемлекет, басқару институттары

*Sh. Ospan **

THE ROLE OF PR IN GOVERNMENTS ADMINISTRATION

Abstract

The article describes the subject, fundamentals, classification and functions of public relations. The study is based on political PR and analyzes its executive role in public administration. The features of political communication in public administration institutions, its composition and technology are analyzed, the results of PR research in world practice are briefly described. A scientific review of the current situation in the field of political PR will be carried out. As a result of the research, the requirements for PR and its environment will be indicated.

Key words: a political communication, state, management institutions

*Ш.Б. Оспан**

РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Аннотация

В статье описаны предмет, основы, классификация и функции связей с общественностью. Исследование основано на политическом PR и анализирует его исполнительную роль в государственном управлении. Проанализированы особенности политической коммуникации в институтах государственного управления, ее состав и технология, кратко описаны результаты исследований PR в мировой практике. Будет проведен научный обзор нынешней ситуации в сфере политического PR. В результате исследования будут указаны требования к PR и среда его обитания.

Ключевые слова: PR, политическая коммуникация, государство, институты управления

Кіріспе. Бүгінгі күні бүкіл PR нарығын екі үлкен компонентке бөлуге болады: коммерциялық және саяси PR. Өкінішке орай, біз мемлекеттік PR туралы жиі естімейміз. Бірінші себеп - мұндай іс-шараларға мемлекеттен қаржы ресурстарының жетіспеушілігі, «ақпараттық қамтамасыз етуге» байланысты бюджеттік баптың болмауы. Алайда, бұл жағдайды мүдделі ведомстволармен бірге бюджеттен тыс көздерді тарту арқылы еңсеруге болады. Тағы бір себеп – мамандандырылған PR агенттіктерінің бағытын өзгертуге құлықсыздығы. Аналитикалық орталықтардың бағалауы бойынша, алдағы 3-4 жылда мемлекеттің экономикалық қызметін қолдау бойынша PR ұсыныстар санының өсуі күтілуде. Бірақ бұл тек болжамдар. Бүгінгі күні көптеген құрылымдар мемлекеттік PR-ді тек баспасөз қызметін құру қажеттілігінен көреді. Бұл мәселені толық шеше алмайтыны анық, ал халықта мемлекеттік органдардың оң имиджін қалыптастыру үшін мақсатты және нақты жоспарланған науқан жүргізу қажет. Мемлекеттік құрылымдарға, ең алдымен, қабылданған шешімдерді насихаттайтын ақпараттық кампаниялар қажет. Егер 1993 жылы жекешелендіруді қолдауға арналған ақпараттық науқан мемлекеттің экономикалық өміріндегі ерекше оқиға ретінде қарастырылса, оны жүзеге асырғаны үшін үкіметтік нмарапаттар берілсе, қазір мұндай науқан, тіпті, сирек жүзеге асады. Жақын болашақта осы мәліметтердің артуы маңызды [1, б.16].

Нәтижелерді талдау. Мемлекеттің қызметі, оның азаматтармен қатынасы саяси PR-дің басты объектісі болуы тиіс. Бүгінде мемлекеттік органдар өз ұйымдарының позитивті имиджін құру қажеттілігін түсіне бастағанына қуаныштымыз, себебі, пиар тек төтенше түрде өткізілетін шараларда ғана емес, сонымен қатар күнделікті позитивті имиджде қалу және мемлекет қызметінің ажырамас бөлігіне ену керек белгілі бір құрылым. Қоғамдық қатынастардың мемлекеттік басқаруға қатысуы мемлекетке қоғамның саяси сферасының плюрализмі мен мемлекеттік биліктің тұтастығы арасындағы объективті қайшылықтарды шешуге көмек ретінде сипатталуы мүмкін. Мемлекеттік қызметтер жетілдіріліп, азаматтық қоғамның қалыптасуына ықпал етуі керек, бұл үшін азаматтармен тікелей және кері байланыс орнату маңызды болып табылады. Сонымен, мемлекеттік басқару жүйесіндегі PR-дің негізгі функционалды міндеттеріне мыналар жатады:

- мемлекеттік басқаруды демократияландыруға қатысу
- азаматтық қоғамды қалыптастыруға көмек [5, б.37].

Жалпы, мемлекеттік PR қызметі жалпы әлеуметтік, корпоративті және жеке мүдделердің үйлесуін қамтамасыз етеді. PR мүмкіндіктерін мемлекеттік басқарудың ашықтығын арттыру және азаматтардың мүдделеріне жақындату мақсатында пайдалануға болады. Басқару органдарының жабық сипаты, қоғаммен жеткіліксіз немесе тиімсіз өзара әрекеттесуі адамдардың биліктен алыстауына алып келеді, бұл әлеуметтік төңкерістердің алғышарты бола алады. Азаматтардың билікке деген сенімсіздігін тудыратын себептердің тұтас тобы бар. Біріншіден, бұл «техникалық» деп аталатын себептер, мемлекеттік органдар қоғаммен байланыс саласындағы құрылымдар мен мамандардың жетіспеушілігінен азаматтарға олардың қызметінің мақсаттары мен мотивтерін қалай түсіндіруге болатындығын білмейді, оның табиғаты мен оларды жұмыс істеуге мәжбүр болатын жағдайлар мен мәселелерді шешуге барабар түсінік бермеңіз. «Ұйымдастырушылық» себептер білікті және құзыретті мамандардың жетіспеушілігімен байланысты, бұл қоғамды ұйымдастырудың жаңа моделіне көшу және көпшілікпен жұмыс сипатының өзгеруімен байланысты. «Ресурстың» себептері мемлекеттік қызметті жеткіліксіз қаржыландырумен, қажетті материалдық-техникалық базаның жетіспеушілігімен, қолда бар уақыт ресурстарының шектеулілігімен және т.б. байланысты. Бұл проблемаларды мемлекеттік органдардағы PR қызметінің келесі нақты бағыттары бойынша шешуге болады:

- a. азаматтармен және ұйымдармен байланыс орнату, қолдау және кеңейту
- b. қабылданған шешімдер туралы халықты ақпараттандыру
- c. сауалнама
- d. шенеуніктердің және жалпы үкіметтің іс-әрекеттеріне қоғамдық реакцияны талдау
- e. қоғамдық-саяси процестерді болжау
- f. ұйымды аналитикалық әзірлемелермен қамтамасыз ету
- g. ұйымның қолайлы имиджін қалыптастыру[4, б.3].

Мемлекеттік басқару жүйесіндегі қоғамдық қатынастардың негізгі міндеттеріне мыналар кіреді:

- мемлекеттік басқаруды демократияландыруға қатысу;
- азаматтық қоғамның қалыптасуына ықпал ету.[2, б.48].

Жыл сайын әлемнің барлық елдерінде ең жаңа және жаңа технологияларды қолданатын тиімді PR-қызметке деген қажеттілік артып келеді. Шынында да, мемлекеттік қызметтердің қызметін қамту, қоғамды заң шығарушылық мәселелерінде және өмірдің басқа да маңызды аспектілерінде оқыту, елдің саяси өміріне халықтың топтарының белсенді қатысуын қамтамасыз ету үшін қызмет қажет. қоғам мен мемлекеттік органдардың мүдделерін үйлестіру, бұл қоғаммен байланыс қызметтерінің негізгі міндеті.

Саяси салада Қоғамдық қатынастар классикалық құралдарды қолданады: баспасөз конференцияларын өткізу, журналистермен байланыс жасау және бұқаралық ақпарат құралдарының басқа да белсенді қатысуы, көпшілік алдында сөз сөйлеуді ұйымдастыру және тағы басқалары.

Саяси PR-да мақсатқа жету құралдары маңызды рөл атқарады, өйткені саясатта PR компаниясының сәтсіздігі немесе жетістігі көбіне бүкіл елдің, тіпті әлемнің тағдырына әсер етуі мүмкін.

PR аналитик Любарская Инна: «Қоғамдық қатынастарды кеңірек анықтау үшін, социологиялық құбылыс ретінде, оның функциялары мен принциптерін анықтап, ашып көрсету қажет» дейді[7].

Қоғаммен байланыстың ол функцияларына мыналар жатады: бақылау функциясы; коммуникативті функция; ақпараттық функция; аналитикалық және болжамдық функция; ұйымдастырушылық және үйлестіру функция; қоғамдық (азаматтық) функция; әлеуметтік қатынастарды саясатсыздандыру функциясы.

Ал принциптер мыналарды қамтуы керек: демократия қағидаты; балама принципі; қақтығыссыз қағидат[3, б.9].

Әлеуметтану тұрғысынан алғанда, Қоғамдық қатынастардағы демократия қағидаты негізгі болып табылады. Оның мәні - көпшіліктің пікірін тыңдау қажеттілігі, өйткені азаматтарда әлеуметтік шындыққа, елдегі саяси жағдайға өз көзқарасын білдіруге және оған ықпал етуге заңды мүмкіндік бар, бұл дұрыс және сауатты жұмыс істеуі үшін өте маңызды елдегі қуат машинасы.

Альтернативтілік қағидасы осы қағидамен тығыз байланысты, өйткені егер әлеуметтік қатынастарды қатаң реттеудің болуымен қоғам мен мемлекет арасында өзара байланыс қажет болмаса, онда әлеуметтік даму стратегиясы қолданылады, бұл таңдауды болжайды оны қоғамдық бұқараға бейімдейтін биліктің мінез-құлық стратегиясы.

Демек, егер бізге әлеуметтік қатынастар мен әлеуметтік өмір альтернативтілікке негізделген болса, онда менеджмент те өзгермелі болып, басқарушылық баламалардың сарқылмайтындығына әкеледі деген қорытынды жасауға болады.

Осыдан кейін әлеуметтік қатынастардың зорлық-зомбылықсыз сипатымен байланысты болатын жанжал болмаудың бірдей маңызды принципі жүреді.

Қоғам бақылаудан шықпауы үшін оған бақылаудың белгілі бір әдістері қажет, бірақ демократиялық мемлекетте кез-келген қатаң және қатаң бақылау мен қоғамдық қозғалыстардың жолын кесу түрлері қолданыла алмайды. Дәл осы үшін зорлық-зомбылық қағидатын жүзеге асыруда ерекше рөл атқаратын PR-коммуникациялар құрылады, олар қоғамды тежейді және азаматтар мен мемлекеттік органдар арасында диалог жүргізеді.

Қоғамдық қатынастар принциптерін қарастырғаннан кейін әлеуметтану тұрғысынан осы құбылыстың қызметіне тоқталу қажет.

Негізгі функциялардың бірі - басқару функциясы, дәл осы функция PR-дың негізгі мақсатын жүзеге асырады - қоғамдық қатынастарға және қоғамдық пікірге әсер ету.

Қоғамда әртүрлі коммуникативті байланыстар орнату, қолдау және кеңейту, қабылданған әлеуметтік маңызды шешімдердің сипаты туралы халықты хабардар ету және саяси әлеуметтену үдерісіне оң әсер ету үшін олардың себептерін түсіндіру, азаматтардың іс-шараларға белсенді қатысуын қамтамасыз ету мақсатында билік үшін маңызды, кем емес маңызды функция коммуникативті болып табылады.

И.А. Ветренко ақпараттық функцияларды мына бағыттарға бөледі:

1. Қоғаммен байланыс қызметі қоғамның барлық қабаттары мен құрылымдарына ақпарат тарататын қоғамдық қатынастардың субъектісі болып табылады.

Бұл бағыт биліктің ашықтығын, демократиялық шешімдер қабылдауды және қоғаммен байланыс принциптерінің жүзеге асырылуын растауды қамтамасыз етеді.

2. Басқару қызметінің мақсаттарына жету үшін кері байланыс беру.

3. Басқа қызметтермен және басқару қызметінің барлық субъектілерімен ақпарат алмасу[6].

Дәл осы бағыттар PR-қызметтердің құралы болып табылады, олардың көмегімен қоғам публік рилейшн механизмінде өзара іс-қимылдың субъектісіне айналады.

Аналитикалық және болжамдық функция PR-менеджмент құрылымдарының қызметінде өз орнын алады, оның басты міндеті - болашақтағы қоғамдық-саяси жағдайды көру және барлық мәселелер бойынша жүйелік ақпараттарды жинау және өңдеу, стратегия мен тактиканы құру мемлекеттік органдардың іс жүзінде жүзеге асыруы үшін тиімді мінез-құлық.

Ұйымдастыру және үйлестіру функциясы әкімшілік ықпал ету құралдарын әкімшілік емес ықпалмен байытады, өйткені бұл функцияның қызметі бұқаралық ақпарат құралдарымен байланыс орнатуға, корпоративтік байланыстарды дамытуға және мемлекеттік органдармен өзара әрекеттесуге негізделген.

Азаматтық функция адамның құқықтары мен бостандықтарын қамтамасыз етуде және қорғауда көрінеді, ол тек моральдық ережелермен ғана емес, сонымен қатар ол жұмыс істейтін елдің заңнамасының нормаларымен де реттеледі. Мысалы, Ресейде бұл Ресей Федерациясының Конституциясы және заңды күші бар басқа да заң актілері[6].

Қоғамдық қатынастарды саясатсыздандыру функциясы жергілікті өзін-өзі басқару деңгейіндегі қоғаммен байланыс қызметінде ерекше рөл атқарады, өйткені институт ретінде азаматтық қоғам мен жергілікті өзін-өзі басқару саясаттандырылмауы керек.

Осылайша, Қоғамдық қатынастар мен қоғам арасындағы байланыс қоғам мен билік пен билік өкілдері арасындағы ең дұрыс және оң диалог болып табылады деген аралық қорытынды жасауға болады.

Саяси PR біздің елімізде 90-шы жылдары пайда болды, ал ұрандар, насихат PR термині деп атала бастады. Адамдар қоғамдық қатынастардың мәнін түсінбеді, бұл салада мамандар болған жоқ, филологтар, журналистер, тарихшылар, философтар, саясаттанушылар, психологтар PR-мен айналысты. Сондықтан кім PR-ның мәнін түсінді - және оны пайдаланды. Егер бастапқыда Қазақстандағы саяси PR-ны негізінен жергілікті гуманитарлық мамандар - журналистер, филологтар, әлеуметтанушылар мен психологтар алып, олар жаңа кәсіпті іс жүзінде жүріп үйренуге мәжбүр болған болса, онда 1990 жылдардың ортасында Ресейдің саяси технологтары біздің нарыққа келді. Президенттік сайлау және Мәжіліс сайлауы қазірдің өзінде Ресейден шақырылған PR мамандарының туы астында өтті. Дау-дамай сайлау науқанынан кейін біршама тыныштық пайда болды, оның барысында PR мамандарының көзқарасы бизнеске ауысты. 1999 жылы басталған және бүгінгі күнге

дейін жалғасып келе жатқан бұл тыныштық мұнай-газ, қаржы және басқа секторлардағы кәсіпорындар үшін белсенді PR кезеңіне айналды [2, б.49]. Сондықтан, бұл қоғамдық қатынастардың ішкі нарығының дамуының басты ерекшеліктерінің бірі: Қазақстанда PR алдымен саяси, содан кейін ғана іскерлік, экономикалық ортада қалыптаса бастады.

Бүгінгі таңда қазақстандық саяси қоғаммен байланыс құрылымы көбіне тек сайлауалды кампаниялар мен науқандар негізінде іске асады. Ал мемлекеттік басқару органдарының күнделікті қызметінің жариялылық функциясы толықтай жүзеге асып жатқан жоқ. Бұған отандық пиаршылар мен жалпы саяси PR ортасында тиісті деңгейде бәсекелестік жағдай қалыптаспағаны да себеп болады [2, б.54]

Қорытынды. Қазақстанда саяси PR жүйесін жетілдіру және одан әрі дамыту үшін келесі ұсыныстар ұсынылуы мүмкін:

1. бұқаралық пайдаланушыға өзіне ыңғайлы түрде сенімді ақпарат алу мүмкіндігін кеңейтетін, үкіметтегі басқарушылық шешімдерді тиімді ақпараттық қолдау, саяси және қоғамдық қызметті ақпараттық қолдау үшін жағдайлар жасай отырып, құрылымдалған және тапсырыс берілген тәуелсіз ақпарат құралдары қажет. Бәсекелестікті жүзеге асыру, сонымен қатар демократиялық қоғамда шынайы «төртінші билік» ретінде қоғамдық пікір қалыптастыру;

2. мемлекеттік қызмет қызметкерлерін даярлау және саяси салада мамандарды - маркетингтерді даярлау үшін PR технологияларын зерттеу орталықтарын ашу қажет;

3. мемлекетке тұрақты кері байланысты жүзеге асыруды қамтамасыз ететін саяси жүйенің маңызды институты ретінде саяси PR-ны күшейту үшін заңнамалық өрісті қалыптастыру қажет;

4. мемлекеттік органдарда PR бөлімдерінің ықпалын нығайту.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1 Андросова Л.А. Политическая и социальная реклама – Пенза: ПензМУ ақпараттық-баспа орталығы, 2008 ж. 16-18 бб –оқулық

2 Көпезжанова Д.Е. Өзгермелі әлемдегі PR: мемлекеттік органдардың қызметіндегі коммуникациялық технологиялар – Барнаул: Алтай баспасы, 2010 ж. 48-54 бб –жинақ

3 Пименов Н.А. Билікпен лоббистік диалог – Мәскеу, Қаржы университетінің хабаршысы: Қаржы университеті баспасы, 2012. №1. -9 б – мақалалар жинағы

4 Сәтпаев Д.А. Жанама лоббизм процесінде бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі – Алматы: Саясат, 1998. №4. -3 б –газет

5 Креймер М. Мемлекеттік PR-тарих, даму тенденциялары: «Мәскеудегі PR күндері» конференциясының материалдары, Мәскеу, 2002. -37 б – жинақ

6 Ветренко И.А. Политический PR в контексте государственного управления РФ – электрондық мақала, 2015 ж.

<https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-pr-v-kontekste-gosudarstvennogo-upravleniya-rossiyskoy-federatsii/viewer>

7 Любарская И.В. PR в политике и в государственном управлении –электрондық мақала, 2020 ж

<https://ippk.rudn.ru/short/pr/pr-v-politike-i-gosudarstvennom-upravlenii/>

References:

1 Androsova L.A. Politicheskaya i social'naya reklama – Penza: PenzMU aqparattyq-baspa ortalygy, 2008 zh. 16-18 bb –oqulyq

2 Kopezhanova D.E. Ozgermeli alemdegi PR: memlekettik organdardyn qyzmetindegi kommunikaciyaqyq tekhnologiyalar – Barnaul: Altay baspasy, 2010 zh. 48-54 bb –zhinaq

3 Pimenov N.A. Bilikpen lobbistik dialog – Maskeu, Qarzhny universitetinin habarshysy: Qarzhny universiteti baspasy, 2012. №1. -9 b – maqalalar zhinagy

4 Satpaev D.A. Zhanama lobbizm procesinde buqaralyq aqparat quraldarynyn roli – Almaty: Sayasat, 1998. №4. -3 b –gazet

5 Kreimer M. Memlekettik PR-tarih, damu tendenciylary: «Maskeudegi PR kunderi» konferenciya synyn materialdary, Maskeu, 2002. -37 b – zhinaq

6 Vetrenko I.A. Politicheskii PR v kontekste gosudarstvennogo upravleniya RF – elektron dyq maqala, 2015 zh. <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-pr-v-kontekste-gosudarstvennogo-upravleniya-rossiyskoy-federatsii/viewer>

7 Lyubarskaya I.V. PR v politike i v gosudarstvenno upravlenii –elektrondyq maqala, 2020 zh

<https://ippk.rudn.ru/short/pr/pr-v-politike-i-gosudarstvennom-upravlenii/>