

ӘОЖ 316.77:001.121.18; 070:001.121.18

Ж.Б. Есенбек

әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің 2-курс PhD докторанты,
Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: esenbek.zhumagaly@gmail.com

Қазақстан Республикасындағы Қоғаммен байланыс қызметі

Автор өз мақаласында Қазақстан Республикасындағы PR қызметінің қалыптасуын зерттейді. PR қызметінің еліміздегі жалпы тарихына тоқталады. Қазақстан Республикасының білім саласындағы PR қызметін түсіндіреді. Еліміздің жоғары оқу орындарында: әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Т. Рысқұлов атындағы Қазақ экономикалық университеті, Халықаралық бизнес университеті (UIB) ҚМЭБИ университеттерінде PR мамандығы бойынша студенттерге білім беретіндігіне тоқталады. Қазақстан Республикасының қоғаммен байланыс саласында қызмет атқарып отырған ұйымдар, компаниялар, агенттіктер туралы ақпараттар келтіреді. Tayniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігінің қызметімен таныстырады. Сонымен қатар Қазақстан Республикасында PR саласында білім беру мен PR қызметінде қалыптасқан мәселелерге тоқталады.

Түйін сөздер: PR қызметі, агенттік, Tayniy Sovetnik Ogilvy.

Zh. Esenbek

Public relations activity in the Republic of Kazakhstan

Author in his article considers how PR activity was created in the Republic of Kazakhstan and pays attention to PR history in our country. The author explains PR activity of the Republic of Kazakhstan in educative sphere. Pauses on teaching the students of educational institutions such as Kazakh National University named after Al-Farabi, Kazakh Economical University named after T. Ryskulov, University of International Business, KIMEP under PR major. The author gives information on organizations, companies and agencies of the Republic of Kazakhstan, working in public relations field. Hereby familiarizes with operation of PR agency – Tayniy Sovetnik Ogilvy. As well as pauses on problems, arising in PR educative field and PR activities.

Keywords: PR, PR activities, Tayniy Sovetnik Ogilvy.

Ж. Есенбек

Связь с общественностью в Республике Казахстан

Автор в своей статье рассматривает, как создавалась PR деятельность в Республике Казахстан, и уделяет внимание истории PR деятельности в нашей стране. Объясняет PR деятельность Республики Казахстан в образовательной сфере. Останавливается на преподавании студентам высших учебных заведений, как Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахский экономический университет имени Т. Рыскулова, Университет международного бизнеса, КИМЭП по специальности PR. Автор дает информацию об организациях, компаниях, агентствах Республики Казахстан, работающих в сфере связь с общественностью. Знакомит с работой PR агентства Tayniy Sovetnik Ogilvy. А также останавливается на проблемах в PR деятельности и образовательной сферы PR Республики Казахстан.

Ключевые слова: PR, PR деятельности, Tayniy Sovetnik Ogilvy.

XXI ғасыр – ғылыми технология мен ақпараттық коммуникациялардың қарыштап дамыған кезеңі саналады. «Public relations» PR қызметі (қоғаммен байланыс) ақпараттық коммуникациялардың құрамына кіреді. Баршамызға белгілі, PR әрбір мемлекеттің маркетинг жүйесінде ғана емес, қоғамның барлық салаларында маңызды рөлге ие. Қазақстан Республикасындағы PR қызметінің қалыптасуы мен даму барысындағы бірнеше мәселелерді анықтауды ғылыми жұмысымыздың басты объектісі ретінде қарастырдық. Олай дейтініміз, мемлекеттік, саяси немесе мәдени әр-түрлі коммер-

циялық ұйымдардың, мекемелер мен фирмалардың, корпорациялар мен компаниялардың бет-бейнесін қалыптастыруда таптырмас маңызға ие PR қызметі өзге алпауыт мемлекеттер мен қоса біздің тәуелсіз елімізге де әбден сіңісті. Алғашында сайлау науқандарында кездесіп жүрген «сайлау технологиялары», «лас технологиялар», «имидж», «имджмейкер», «промоушн», «промаакция», «спиндоктор», «спичрайтер», «адвертайзинг», «үгіт-насихат» деген т.б толып жатқан батыстан келген келме сөздер біздің қоғамымызға толық қанды кірікті. Бұл терминдердің PR саласының әртүрлі қызмет-

тері екенін түсіндік. Алайда бұл салада қалыптасқан өзіндік мәселелерде жоқ емес.

Зерттеу тақырыбының өзектілігі мен мақсаты. PR қызметін тереңдете зерттеу күн тәртібіндегі басты мәселелердің бірі. АҚШ мемлекетінде XIX ғасырдың ортасында қалыптасқан PR қызметі ғасырлар өте біздің мемлекетімізге де табан тіреді. Бұл қызмет басқа мемлекеттермен салыстырғанда біздің елімізде едәуір артта қалды. Жас мемлекетіміздің келбетін әлемге таныту үшін осы бір қызметтің түріне жүгінетініміз шындық. Біздің елімізде де аталмыш қызметті ары қарай дамытуымыз шарт. Қазақстан Республикасының Президенті - Елбасы Н.Ә. Назарбаев «Қазақстан-2050 стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына жолдауында «Біз бүгін – өзіндік бет-бейнесі бар, өзіндік ерекшеліктері мен өзіндік ұстанымы бар табысты мемлекетпіз» - деп атап көрсетті. [1]. Әрі қарай болашақта Қазақстанды төрткүл дүниеге таныту саясаткерлердің, БАҚ өкілдерінің ғана емес қоғаммен байланыс мамандарының еншісінде. Сол себептен де біздің зерттеп отырған объектіміз өзекті саналады.

Тақырыптың зерттелу деңгейі. Қоғаммен байланыстың Қазақстанда пайда болуы ғалымдардың қызығушылығын тудырып отырса да кешенді ғылыми-теориялық деңгейдегі арнайы реттелу жағынан толық зерттелмеген. Қоғаммен байланыстың мәселелерін зерттеу бағытында алыс және жақын шетелдік зерттеушілер мен біршама отандық ғалымдар өз еңбектерінде тоқталып өтті. Олардың қатарына атап айтқанда: В.Г.Королько, Г.Л.Тулчинский, Е.Шаймерденулы, Ж. Бекболатұлы, Г.С. Сұлтанбаева, сондай-ақ, алыс шетел елдегі А.А. Wirthlin сынды т.б. зерттеушілерді жатқызуға болады.

PR қызметін зерттемес бұрын алдымен бұл қызметтің шығу төркініне тоқталғанымыз жөн. PR қызметі Ежелгі Рим мен көне Қытайда пайда болған деген даулы ақпараттар да жоқ емес. Деректерге сүйенсек, PR ұғымының негізі Америка Құрама Штаттарында қаланған. Бұл ойымызды АҚШ пен Ресейдің бірнеше зерттеуші ғалымдары қуаттайды. PR терминін ең алғаш рет XIX ғасырдың басында АҚШ-тың үшінші президенті Томас Джефферсон VII конгресте халыққа арналған өз жолдауында қолданды. Кейіннен PR өз алдына ғылым ретінде қалыптасты. 1975 жылы «Foundation for PR research and Education» атты Америкалық қоры 500-ге жуық PR анықтамаларын зерттеп, өз анықтамаларын шығарды. Қоғаммен байланыс

ардагері доктор Рекс Харлоу PR мәнін ашатын 472 анықтама қарастырды. Қазіргі таңда PR мазмұнын ашатын мыңнан астам ғалымдардың анықтамалары бар. Зерттеу барысында PR анықтамаларын жұртшылық толық білетіндіктен, тізбектеп жатуды артық санадық. «Public relations» терминін 1882 жылы заңгер Дорман Итон Йель университетінің студенттерін қоғамға қызмет етуге шақыру мақсатында қолданысқа енгізді деген ақпараттар кездеседі.

Ал, PR қызметі Қазақстан Республикасында ең алғаш рет еліміз Тәуелсіздік алғаннан бері қалыптасты деген қорытындыға сенімді түрде келе аламыз. Баспасөз қызметін атқарған Е.Шаймерденовтың пікірінше, Қазақстан Компартиясы ОК-нің баспасөз орталығын ұйымдастыру туралы шешім 1990 жылы 7 тамызда қабылданды. Баспасөз-мәслихаттары мен брифингтер өткізу орындары, Алматы қаласындағы «Достық» мейманханасы болды. PR-дағы баспасөз мәслихаттарын ұйымдастыру айына бір рет, қалған уақыттары қажеттіліктерге байланысты қарастырылды. Баспасөз хатшысының жетекшісі және төрт кеңесшіден тұратын жаңа құрылымдық бөлімшенің штаты бекітілді. 1990 жылдың 12 қыркүйегінде ең алғаш рет саяси биліктің баспасөз хатшысы тағайындалды. [2, 7].

Қазақстан Республикасында PR қызметі жаңадан қалыптасуына байланысты фирмалар мен ұйымдардың маркетингтік, консалтингтік жарнама агенттіктері мен PR агенттіктерінің саны едәуір аз. Бірақ, даму қарқыны бұрынғыға қарағанда өсіп келеді. Зерттеуші ғалым Ж. Бекболатұлының пікірінше, Қазақстандық PR агенттіктердің саны өсе түсуде. ҚР-да Жұртшылықпен байланыс жөніндегі ұлттық ассоциациясы және Қазақстан PR кәсіпқойларының «PR-шы» клубы сияқты алғашқы қоғамдық бірлестіктер пайда болды. [3, 22].

2001 жылы Қазақстан Республикасында қоғаммен байланыс ұлттық қауымдастығы құрылды. Қоғаммен байланыс ұлттық қауымдастығының негізгі мақсаты – Қазақстанда PR нарығын қалыптастыру және дамыту болып табылады. Ал, 2008 жылы қауымдастық мүшелерінің қолдауымен ар-намыс, этикалық кодексі қабылданды. Елімізде қоғаммен байланыс саласында қызмет атқарып отырған ұйымдар мен компаниялардың, агенттіктердің саны артты. Олар: Қазақстан баспасөз-клубы www.pressclub.kz, Қазақстан журналистер Одағы, Ұлттық баспасөз-клубы, PR Management агенттігі www.mediaclub.kz, Ренессанс агенттігі www.renassans.kz,

Медиа-систем агенттігі www.medisystem.kz, БРИФ агенттігі www.brif.kz, Репутация коммуникативтік технология орталығы www.imagekz.com, InfoPrim шығармашылық сараптау тобы www.infoprim.kz, Public relations & Promotion Central Asia www.prp.ru, ПРИОРИТЕТ мектебі www.prioritet.kz, Маркетинг товаров и услуг журналы www.marketing-tovar.kz, Advertizing журналы www.reklama.kz [4, 117-118.] Жоғарыда келтірілген мысалдардан Қазақстан Республикасында PR өндірісі институт болып қалыптасты деп айтуымызға болады.

Қазақстан Республикасының PR нарығында жетістіктерге жетіп үлгерген агенттіктердің бірі - Tauniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігі. Орталық Азияның нарығында 2004 жылдан бері қызмет атқаруда. Штаб квартирасы Нью-Йоркта орналасқан. 2006 жылдан бастап компания әлем бойынша 60 кеңсесі бар халықаралық жүйе Ogilvy Public Relations World wide құрамына кіру мәртебесіне ие болды. Сонымен қатар, Tauniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігі WPP Group-тің бір бөлігі және әлемдегі ең ірі коммуникациялық холдингтердің қатарына жатады. Бұл агенттік өз қызметін Қазақстанда сәтті атқаруда және PR саласында стратегиялық кеңес беру бойынша қызмет етіп келеді. Басты мақсаты - корпоративті және қаржылық коммуникацияда, әлеуметтік маркетингте, қоғамдық және мемлекеттік ұйымдарда серіктестіктік бағдарламалар бойынша, денсаулық сақтау бөлімі және ақпараттық технологиялар саласындағы маркетинг коммуникациясы бойынша өз қызметтерін көрсетеді. Tauniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігі туризм саласында да тығыз жұмыс жасайды. Әуе тасымалдау, темір жол, көлік, қонақ үй бизнестерінде де үлкен табыстарға ие. Tauniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігі Дағдарысқа қарсы қалыптасқан мәселелерді шешуді жолға қойған. Кез келген клинет дағдарысқа ұшырауы мүмкін. Клиенттер дағдарысқа ұшырамас үшін агенттік ақыл кеңес берумен айналысды. Агенттіктегі барлық жобалар топ арқылы жүзеге асырылады. Агенттік тобында консалтингтік фирмаларда, халықаралық және шетел компанияларында, іскерлік және қоғамдық саяси басылымдарды жүргізетін, сол сияқты халықаралық агенттіктерде өте үлкен жетістіктерге жеткен кәсіби мамандар қызмет атқарады. [5]. Алайда, бұл агенттік Халықаралық болғандықтан ұлттық мәселер туралы жобаларды қамтымайды. Республикалық және жергілікті басылымдарға ешқандай толық қанды

мағлұматтар бермейді. Тек қана Tauniy Sovetnik Ogilvy PR агенттігінің интернет сайтында ғана агенттік туралы PR мақалалары мен әр-түрлі ақпараттар алуға болады.

Қоғамдағы білім беруде PR-дың алатын рөлі зор. Өйткені, PR-шы болу үшін тек қана білім алу жеткіліксіз. Білім мен қоса адам бойында жоғары деңгейде ұйымдастыра білу қабілеті, таланты, еңбекқорлығы, талдау дағдысы болуы шарт. Осы дағдыларды үйрету мақсатымен Қазақстан Республикасының білім беру жүйесінде қоғаммен байланыс саласы бойынша 4 жылдық бакалавриатура, 2 жылдық магистратура ғылыми дәрежесін алу жолға қойылды. Қазақстан Республикасында 1992 жылдан бастап жас мемлекетіміздің әр саласында PR қызметі еліміздің бет-бейнесін жағымды қалыптасытыру мақсатында құрыла бастады. Ең алдымен еліміздің жоғарғы оқу орындарында: әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Т.Рысқұлов атындағы Қазақ экономикалық университеті, Халықаралық бизнес университеті (UIB) ҚМЭБИ университеттерін де PR мамандығы бойынша білім алған алғашқы түлектер бітіріп шықты. Қазіргі таңда PR мамандығын иеленген түлектер әр түрлі салаларда: банктер мен кәсіпорындарда, компаниялар мен фирмаларда, баспасөз қызметі мен БАҚ салаларында, түрлі агенттіктерде қызмет жасап жүр. Алайда білім саласының өзінде PR мамандарын дайындауда шұғыл түрде шешуді талап ететін бірнеше өзекті мәселелер баршылық.

Біріншіден, Қазақстан Республикасы қоғаммен байланыс ұлттық қауымдастығы мамандырын жүйелі түрде ЖОО-на дәрістер өткізу үшін тартуға тиіспіз. Себебі, олар өз тәжірибесін студенттермен бөлісуді жөн санамайды.

Екіншіден кәсіби PR мамандары білім алушы студенттерге жүйелі түрде семинар, лекциялар, тренингтер, ашық сабақтар өткізуге құлқысыз. Өйткені, олар бұл мәселені қаржының аз төленетіндігімен түсіндіреді.

Үшіншіден, қоғаммен байланыс бойынша дәріс беретін Қазақстандық оқытушы-профессорлардың құрамы мен үзідік талантты студенттерді PR саласы жоғары дамыған АҚШ, Франция, Ұлыбритания, Ресей сынды алпауыт мемлекеттердің мектептерінен тәжірибеден өткізу керек.

Төртіншіден, қоғаммен байланыс саласындағы оқыту құралдары толығымен батыстан келген. PR жөнінде отандық оқу құралдары саусақпен санарлық. Қазақ тіліндегі оқу құрал-

дары мүлде жоқтың қасы. PR туралы отандық оқу құралдарын арттыруымыз шарт.

Алтыншыдан, қоғаммен байланыс саласында білім беру жүйесін кеңейту керек. PR мамандары тек қана елімізде Алматы, Астана қалаларында дайындалмау тиіс. Еліміздің басқа да аймақтарында PR мамандарын шұғыл түрде дамытуды қолға алу керек.

Жетіншіден, PR мамандары елімізде өкінішке орай тек қана коммерциялық бағытта жұмыс атқаруда. PR мамандары еліміздің даму стратегиясына, идеологиясына қызмет атқаруы шарт.

Сегізіншіден, елімізде кәсіби PR мамандарының басын қосатын форумдар мен конференциялардың санын арттыру қажет.

Елімізде PR мамандарының алдында шешуді талап ететін бірнеше мәселелер бар.

Біріншіден, Қазақстан Республикасында саяси, коммерциялық (жарнама нарығы, тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдары), қаржылық PR түрлері жақсы қалыптасқан. Қалған салаларда PR-дың дамуы бәсең.

Екіншіден, әсіресе біздің мемлекетімізде туризм салаларындағы PR қызметі толық қалыптаспаған. Алайда, Қазақстан топырағында: Оңтүстік Қазақстан облысында Ақсу-Жабағылы, Алматы облысында Алматы, Қостанай облысында Наурызым, Қызылорда облысында Барсақалмес, Ақмола облысында Қорғалжын, Шығыс қазақстан облысында Марқакөл, Маңғыстау облысында Үстірт, Оңтүстік Қазақстан облысында Қаратау таңғажайып табиғи мемлекеттік қорықтары бар. Елдігімізді танытатын мемлекеттік маңызы бар ескерткіштер мен тарихи мавзолейлер жеткілікті. Табиғи құндылығын жоғалтпаған ландшафтар мен таулар, өзендер мен көлдер өте көп. Жоғарыдағы келтірілген объектілер толықтай ғылыми тұрғыдан тұжырымдалғанымен елімізге келетін туристерге толығымен танылып отырған жоқ. Туризм саласында PR қызметін жандандырсақ, шаш етекпен пайда табуға толық мүмкіндігіміз бар. Оны кейбір мемлекеттердің тәжірибесінен анық көруімізге болады.

Үшіншіден, медицина, дағдарыс салаларында PR қызметі жоқтың қасы.

Әдебиеттер

1 Қазақстан Республикасының Президенті – Н.Ә. Назарбаев. «Қазақстан-2050 стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына жолдауы.

2 Е.Шаймерденұлы. Из истории первых пресс-служб Казахстана. «Актуальные проблемы функционирования пресс-служб и PR-структур государственных и коммерческих организации Казахстана». Материалы международной научно-практической конференции. – Алматы. – 2011. – С. 7.

Төртіншіден, PR-ды баспасөз орталықтары қызметімен шатастырмауымыз керек. Қоғамда болып жатқан әртүрлі жаңалықтарды баспасөз релиздерін беру арқылы таратып, журналистер қауымымен байланыс орнатушы құрал деңгейінде қалдырмауымыз керек. PR қызметінің ауқымы анағұрлым кең.

Қорытындылай келе, Президентіміз Н.Ә. Назарбаевтың идеясымен және қолдауымен елімізді әлемге паш етуде бірнеше ірі PR шаралары жүзеге асырылды. 2010 жылы Қазақстан Республикасы Еуропадағы Қауіпсіздік пен Ынтымақтастық Ұйымына төрағалық жасады. Алматы қаласында 2011 жылы 17 мемлекет қатысқан VII Қысқы азия ойындары ұйымдастырылды. Еліміздің мүмкіндігін әлемге көрсету үшін халықаралық қауымдастық Қазақстанды ЭКСПО-2017 Халықаралық көрмесін өткізу орны ретінде таңдап алды. Сонымен қатар, Қазақстан Ислам Ынтымақтастығы Ұйымына және Ұжымдық Қауіпсіздік Ұйымына төрағалық етті. Әрине осының бәрі, сарабал саясаткерлер мен БАҚ қызметкерлерінің табанды қызметінің арқасы. Мұндай ірі ауқымды шаралар алдағы уақытта PR мамандарының тарапынан ұйымдастырылуы тиіс деген пікірдеміз. PR теоретигі Ашли Вертлиннің «Сіздің компанияңыз, фирмаңыз үшін PR өзінің негізгі қабілеті болып табылатын төмендегі артықшылықтарды бере алады» деген пікірін ескерсек [6,10], PR қызметі сіздің брендіңізді, сіздің көрсететін қызметіңізге немесе өніміңізге деген сұранысты арттырады. Қызметкерлердің моральдық жағдайын жақсартады, жаңа таланттарды сіздің компанияңызға қарай тартады, компанияңыздың құндылығын сезінуге көмектеседі. PR қызметі - билік пен қоғам арасындағы байланыстырушы алтын көпір, ұйым мен қоғамның арасындағы коммуникацияны орнықтырудағы басқарудың түрі. Олай болса, мұндай құралды игеруге баршамыз мүдделіміз. Күнделікті бұқаралық ақпарат құралдары мен әдебиеттерден және өмірден байқағанымыздай, PR-дың әлемдік аренада алатын ролі ерекше. Алдағы уақытта біздің мемлекетте PR қызметін барлық салаларда дамытуды жолға қою керек деген пікірді айтуды жөн санаймыз.

- 3 Бекболатұлы Ж. PR және жарнама. – Алматы: Қазақ университеті, 2010. – 22 б.
- 4 Сұлтанбаева Г.С. Қоғаммен байланыс саласында компанияларды жоспарлау мен жүзеге асыру. Қазақстандағы PR мен БАҚ ғылыми еңбектер жинағы. – Алматы: Елнұр, 2005. – 117-118 б.
- 5 Тауниі Sovetnik Ogilvy PR агентігінің ресми сайты.
- 6 Wirthlin A.A. Guide to Public Relations Best Practices, Social Media and PR Careers. Public Relations Blogger, 2009. – 10 p.

References

- 1 Қазақстан Respublikasynың Prezidenti - N.Ә. Nazarbaev. «Қазақстан-2050 strategiyasy қалыптасқан мемлекеттің зһаңа sayasi баруыты» attы Қазақстан halkына zholdaуy.
- 2 E.Shaymerdenuly. Iz istorii pervyh press-sluzhb Kazahstana. «Aktual'nye problemy funktsionirovaniya press-sluzhb i PR-struktur gosudarstvennyh i kommercheskih organizatsii Kazahstana». Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii // – Almaty. . – 2011. – S 7.
- 3 Zh. Bekbolatuly. PR zhөne zharnama. – Almaty: Қазақ universiteti. 2010. – 22 b.
- 4 G.S. Sultanaeva. Қоғаммен baylanys salasыnda kampaniyalardy zhosparlau men zhyzege asyru. Қазақstandary PR мен БАҚ ғылымi еңбектер zhinary. – Almaty: Elnur, 2005. – 117-118 b.
- 5 Тауниі Sovetnik Ogilvy PR agentiginiң resmi sayty.
- 6 Wirthlin A.A. Guide to Public Relations Best Practices, Social Media and PR Careers. Public Relations Blogger. 2009. – 10 r.