

ЖӘМИЙЕТШИЛИК ПЕНЕН БАЙЛАНЫСЛАРДА МӘЛИМЛЕМЕ ХЫЗМЕТІ: АШЫҚЛЫҚ ХӘМ ЖӘРИЯЛЫҚТЫ ТӘМИЙИНЛЕУДІҢ ӘХМИЙЕТЛИ ФАКТОРЫ

Абдимуратов А.У.

Қарақалпақ мәмлекетлик университети

Хәр бир инсан басқалардың итибарын тартыўды хәм олар тәрәпинен жақсы қабыл етилиўин қәлейди. Бизин табысымыз көбинесе арттырған абройымыз хәм инсанлардың хұрметине ересе алыўымызға байланыссы. Адамлар арасындағы мүнәсибетлер тереңлесип, хәр қандай усыллар менен бәсекелесиў күшейип, коммуникация жәмиёттиң барлық тараўларына жедел енгизилип атырған бүгинги күнде - Public Relations - хызмет түри барған сайын турмысымызда айрықша әхмийетли рол ойнамақта. Оның тарийхынан мәлим болғанындай, жәмиётшилиқ пенен байланыслар арнаўлы профессионал дәрежеде шөлкемлестирилген айрықша басқарыў көриниси болып, ол административлик басқарыўдан түпкиликли парықланады. Жәмиётшилиқтиң мәмлекетлик ислерге қатнасы елдің хәр тәрәплеме раўажланыўына тиккелей тийкар жаратады.

Хәр қандай мәмлекет өз халқының мәпин қорғай билиўи, оның көз-қарасларын, усыныс хәм тилеклерин итибарға алыўи шәрт. Соңғы жылларда мәлимлеме технологияларының раўажланыўы: Facebook, Instagram, Telegram сыяқлы социаллық тармақлар хәм басқа да платформалар күнделикли турмысымыздың ажыралмас бөлеги сыпатында жәмиётшлиқ пикирди қәлиплестириў хәм пуқаралардың белсендилигин арттырыўда әхмийетли қуралға айланды. Олар тек адамлар арасындағы қарым-қатнасты аңсатластырып ғана қоймастан, ал сиясий процесслерге де сезилерли тәсир көрсетпекте. Информация тарқатыў тезлиги кескин арттырылды. Бул болса адамлардың сиясий санасын арттырыўға хызмет етеди. Олар өз пикирлерин еркин билдирип, қызғын додалаўларда қатнаспақта. Жәмиёттиң раўажланыўы ушын енди тиккелей жәмиётшилиқ пикири менен есапласыўға туўра келеди. Соның менен бирге, сиясатшылар да, мәмлекетлик басқарыў уйымлары да өз репутациясын қәлиплестириў, халық пенен байланысты беккемлеў хәм оператив мүнәсибет билдириў ушын усы платформалардан пайдаланады. Бул жәмиётте ашық-айдынлықты, мәмлекет басшылары өз қарарларын социаллық тармақларда жәриялап, пуқаралар менен тиккелей сөйлесиў алып барыўын тәмийнлеўге жәрдем береді. Басқаша айтқанда, информация қуралына қарсы тек ғана мине усы қуралдың өзи менен гүресийге мәжбүр есапланады. Бул қурал - Public Relations (PR) – “жәмиётшилиқ пенен байланыслар” көринисинде майданға шықты.

Бул атаманы ең дәслепки рет 1807 жылда АҚШтың үшінши президенти Томас Жефферсон «Конгрессге жеттинши мүрәжати»нің қараламасында пайдаланған болса [1:32], онын бирден-бир максети – миллий шеңберде өз-ара исеним тийкарында сиясий институтлар хызметлерин жақсылаў еди. Жәмиётшилиқ пенен байланыслардың раўажланып барыўы шеңберинде АҚШ тарийхында үлкен-үлкен қалалар, корпорация хәм компаниялар, жеке меншиқ кәрханалар, исбилерменлер менен фермерлер саны көбейип, президентлик ҳәкимияты кем-кемнен күшейип барды [2: 38]. Дүньяда заманагөй PR-хызметлери функциялары жетилисип баратырған бүгинги күнде өз ишине жаңа қыйын хәм қурамалы ўазыйпаларды қамтып алмақта. Олардың қурамына – шөлкемлестириў, басқарыў, креатив қатнас, консалтинг хәм инфармациялық анализ хызметлери киреди.

Не себептен бундай мәселелерге актул ўазыйпа сыпатында қаралмақта? Себеби, хәзирги дәўирде басқарыў системаларында мүтәжлик хәм талаптарды үйрениў арқалы хызмет жүритиў, исендириў, тәсир етиў қуралларында басқарыў усыллары әмелиятқа терең енгизилмекте. Өйткени, қәлеген жәмиётшлиқ дүзимде турақлы раўажланыўға ерисип пәраўан турмыста жасаў ушын мәмлекетте пуқаралық консенцус қоллап-қуўатланыўы, яғный ҳукимет хәм халық арасында, олардың разылығына тийкарланған қарым-қатнас тәмийнлеўи зәрүр. Буған болса, кең жәмиётшилиқ арасында тығыз байланыслар орнатыў арқалы ерисиледи. Бирақ, разылықты (пуқаралық консенцус) тәмийнлеў ушын тек ғана информация алмасыўдың өзи жетерли емес. Буннан тысқары, исендириў хәм тәсир өткизиў де үлкен әхмийетке ийе. Лаўазымлы шахслардың жәмиётшилиқ алдындағы есап бериўи, ашықлығы хәм жуўапкершилиги тәмийнлениўи зәрүр. Бундай басқарыў имкәниятлары хәм жәмиётшилиқ пенен байланысларды тәмийнлеў әйне мәлимлеме хызмети қураллары арқалы жолға қойыў мүмкин. Өзбекстанда экономикалық реформаларды әмелге асырыўда оған исенимди арттырыў хәм табыссы әмелге асырылыўын тәмийнлеўде жәмиётшилиқ пенен байланыслар үлкен әхмийетке ийе.

Өзбекстанға PR-хызмети басқа раўажланған мәмлекетлерден кеширек кирип келди. Неге ол бизге узақ жыллардан кейин келди? Себеби, бул постсовет кеңислигиндеги тоталитаризмге қурылған бурынғы система идиологиясына ҳасла туўры келмеди. Себеби, ол коммунистлик партия монополиясна қәўип салған болар еди. Елимизде кейинги жылларда экономиканы модернизациялаў, барлық тараўларды либералластырыў, басқарыў органлары хызметлериниң ашықлығын тәмийнлеўге айрықша итибар қаратылды.

2019 - жылы 27 - июндағы «Ғалаба хабар қуралларының ғәрезсизлигин тәмийнлеў хәмде мәмлекетлик органлар хәм шөлкемлериниң мәлимлеме хызмети жұмысларын раўажландырыў бойынша қосымша иләжлар ҳаққында»ғы Президентимиздиң ПҚ-4366-санлы қарары, сондай-ақ, Өзбекстан Республикасы Министрлер Кабинетиниң 2006-жыл 7 августдағы «Ғалаба хабар қураллары тараўында кадрлар таярлаў хәм қайта таярлаў Мәмлекетлик бағдарламасы ҳаққында»ғы, хәм 2006 - жыл 22- сентябрдеги «Мәмлекетлик хәм хожалық басқарыў органларының жәмиётшилиқ пенен байланысларды раўажландырыў шара-иләжлары ҳаққында»ғы қарарлары мәлимлеме хызметлерин және де жетилистириўге қаратылған еди. Бул мәмлекетлик басқарыў органлары хәм халық ортасындағы хәр қандай тосықлардың пүткиллей алып тасланыўында үлкен әхмийетке ийе.

болды. Елимизде Public Relations өзинин раўажланыў жолына түсип алыўына беккем тийкар жаратылды. Халық өз пикирин ашық билдириўди, мәмлекетлик басқарыў органлары болса оларға жаўап бериўди баслады.

Public Relations – жәмийетшилик пенен байланыслардың тарийхта сыналған хәм жәхан тәжирийбесинен өткен усыл есапланады. Өзбекстанда бул тараўдың еле жаңаланыўға мүтәж болған тәреплери аз емес, әлбетте. Адамлар халықты ким хәм қалай басқарып атырғанлығын, жәмийет келешеги, инсанлар тәғдири ушын жуўапкер болғанлар ҳаққында барше мағлыўматларды билиўи керек. Бул информация дереклериниң ашықлығы менен белгиленеди. Басқаша айтқанда, енди жәмийеттиң раўажланыўы ушын тиккелей халық пикири менен есапласыўға туўра келеди.

Жәмийетшилик пенен байланысты орнатыўда онлайн платформалар хәм мультимедиа контентин нәтийжели қолланыў арқалы ерисиледи. Усындай қарым-қатнас ҒХҚ, арнаўлы иләжлар ҳ.т.б арқалы да әмелге асырылады. Қәнигелердиң пикиринше: “Шөлкемлер өзи менен байланыста болған мақсетли аудиторияға, инвесторларға өнимлерин өткериў мақсетинде PR қәнигелерин жаллайды”[3: 48.].

Демек, мәмлекет хәм жәмийет байланысының тәсиршең механизм жаратыўда жәмийетшилик пенен байланысларға талап үлкен. Атап айтқанда, мәлимлеме хызмети өзи жұмыс алып барып атырған шөлкемниң мәлимлеме сиясатын қәлиплестирип, шөлкем хәм жәмийетшилик ортасында мәлимлеме қатнасықларын алып барады. Информация жәрдемінде жәмийеттеги өз ара қатнасықларды тәртипке салыў, унамлы орталық жаратыў, сиясий-социаллық "климатты" нормалластырыў, адамларда унамлы мүнәсибет пайда етиў сыяқлы ўазыйпаларды әмелге асырады. Сонлықтан, жетекши PR қәнигеси Сәм Блэк де: «Жәмийетшилик пенен байланыслар - ҳақыйқатлық хәм информация жетиклигине тийкарланып, жәмийетте өз ара теңлик хәм бирликти тәмийинлейтуғын илим хәм көркем өнер есапланады» [4:43.], - деген еди.

Өзбекстанда бул бағдардағы әмелге асырылып атырған реформалар, атап айтқанда, PR-менеджмент механизми нәтийжели усылларын, моделлерин хәм технологияларын қолланыў, барлық тараўда ашық-айдынлықты тәмийинлеў мәмлекетлик сиясат дәрежесиндеги әҳмийетли мәселеге айланды.

Изертлеўшилер PR-қуралын – «Коммуникацион менеджмент», деп те атап көрсетеди[5:21], яғный, бул анықлама - «жәмийтшилик пенен байланыс»тың синоними сыпатында қолланылады. Ғалаба хабар қураллары менен байланыслар – оның ең әҳмийетли хәм мақсетке бағдарланған бөлеги. Бундай мүнәсебетлерди үйренетуғын пән - «Media Relations» есапланады. Оның мақсети хәм ўазыйпалары - брендти үгит-нәсиятлаў хәм компанияның унамлы имиджин қәлиплестириў ушын журналистлер хәм ҒХҚ менен унамлы мүнәсибетлерди орнатыў хәм қоллап-қуўатлаўға қаратылған ўазыйпалар комплекси [6:26]. Ол түрли формаларға ийе болыўы мүмкин: - баспасөз әнжуманлары (пресс-конференция); - компанияның түрли илажларында ҒХҚ ўәкиллериниң қатнасыўы; - байрамлар (мысалы: ашылыў мәресими), митинглер; - өндирис қуўатлылықларына, компания офисине (пресс-тур) саяхат; - ашық есиклер күнлерин өткериў ҳ.т.б.

Media Relations шеңбериндеги жұмыстың табыслы болыўында тийкарғы фактор - қәрхана тәрепинен мәлимлемениң ашықлығы хәм пайдаланыў мүмкиншилиги есапланады. Ол тек ғалаба хабар қуралларына интервью бериўде ғана емес, ал компания ҳаққындағы барлық мағлыўматлардан еркин пайдаланыўды тәмийинлеў бағдарында да сәўлеленеди. Өндирис тараўындағы PR - акциялар компания хәм оның өнимлериниң унамлы имиджин қәлиплестириў, мақсетли аудиторияның итибарын тартыў хәм брендтиң кеңнен танылыўын арттырыўға қаратылған. Олардың қурамына – презентациялар, көргизбелер қайыркомлық хәм қәўендерлик сыяқлы ҳәр қыйлы илажлар да киреди.

Өз-ара исеним хәм ҳүрмет – PR хәм Медиарилейшнз арасындағы мүнәсебеттиң тийкары есапланады [7:28]. Баспасөз хызмети журналистлердиң ҳәр тәреплеме толық информация алыўы ушын барлық шараятларды жаратып бериўинен баслап олар менен тығыз байланысты орнатыўы арқалы өз шөлкеминиң абройын арттырады. Ғалаба хабар қуралларында шығарыўға материаллар таярлаў хәм илажлар процесинде пайдаланыў ушын пресс-релизлер, пресс-дайжест, комьюнеке, мәлимлеме бюллетеньи, бекграундер, факт-листлер, пресс-китлер хәм библиографиялар сыяқлы форматлардан пайдаланыў зәрүр. Мағлыўмат таяр болғаннан кейин электрон почта арқалы газета, журнал хәм телерадио компаниясына узатылады. Егер мағлыўмат халықаралық әҳмийетке ийе болса, онда ол интернет социаллық тармақлары арқалы жибериледи.

Буннан тысқары, соңғы жыллары «питчинг», «медиа-питчинг» түсиниги сырт ел ғалаба хабар қуралларында тез-тез көзге тасланбақта,- деп жазады илимпаз Наргис Қосимова өзиниң «Питчинг-редакторлар ушын қармақ» [8] атамасындағы мақаласында. Ҳақыйқаттан да, PR - қәнигелери инглис тилинде «pitching your story to the media», яғный «медиа ушын сизиң хабарыңызды усыныс етиў» ибарасын жийи қолланбақта. «Питчинг», яғный инглис тилиндеги «pitching» – сатыўға қойыў сөзинен алынған болып, тийкарынан жойбарға өз инвестицияларын киргизиўге таяр болған инвесторларды табыў ушын жойбарлар презентациясы усылай аталған. Питчинг аўызеки, жазба формада болыўы мүмкин. Ол өз ишине питчинг хатын (pitching letter) да алады. Питчинг хат - бул журналистлерге қандай да бир шөлкем тәрепинен өткерилетуғын пиар кампаниясының тийкарғы түсиниклерин өз ишине алған хабар, жаңа темалар хәм ўақыялар болып табылады. Мақсет – журналистлерди қызықтырыў, шөлкемде өткерилип атырған илажлар ҳаққында жазыўға ийтермелей, оны бирге ислесиўге шақырыў болып есапланады. Нәтийжели медиа-питчинг ҳәр қандай журналист «қәлби»не жол табыў имканиятын береді хәм шөлкемниң медиа арқалы имиджин қәлиплестириўде тийкарғы қураллардан бири болып хызмет етеди. Солай етип, жәмийетшилик пенен байланыслардың дурыс жолға қойылған системасы Өзбекстанда экономикалық реформаларды табыслы әмелге асырыўдың ажыралмас бөлеги болып, жаңаланыўларды қоллап-қуўатлаўды

тәмийинлейди, хәкимиятқа болған исенимди арттырады хәм турақлы раўажлануға жәрдем береді. Мәлимлеме куралында басқару заманағой дүньяның тийкары өлшеми болып атырған хәзирги дәуирде хәр қандай шөлкемнің мәлимлеме қатнасықларын алып баруға жуўапкер мәлимлеме хызметлерине зәрүрлик артып баратырмақта. Бул институт бизиң жәмийетимизге кейинирек кирип келген болса да, ол раўажланған мәмлекетлерде узақ жыллардан берли ири жәмийетлик-сиясий механизм сыпатында бар болып келген. Базар экономикасының тез раўажланып атырған хәзирги шараятында компаниялар имиджине және де көбирек итибар бере баслайды. Оны қәлиплестиру искерлиги event-илажлары («event» - ингл. «хәдийсе») жәрдемінде, атап айтқанда, форумлар, конгресслер, конференциялар, семинарлар, дөгерек сәўбетлери хәм көргизбелер арқалы әмелге асырылуы мүмкин. Әйне усындай илажларға сөзсиз ғалаба хабар куралларының итибары қаратылады.

Демек, PR хизмети тиккелей информация менен байланыслы раўажланады. Сонлықтан, ол мұдамы жаңалықларды жеткерип беруі формасы хәм усылларын муўапқластырып баруы зарур. Бүгинги күнде PR - елимизде мәмлекетлик басқару органлары менен халықтың, сондай-ақ, бизнес, кәрхана хәм шөлкемлердің жәмийетшилик пенен байланысларын жолға қойуға хызмет етеди. Сол себепли жәхән тәжирийбесин және де жақсырақ үйрениу, раўажланған мәмлекетлерден PR тарауы қәнигелери менен тәжирийбе алмасу, кадрлар потенциалын жақсылау, олардың хызмет ұазыпаларын жәхән стандартларына бейимлестируі максетке муўапық.

ӘДЕБИЯТЛАР

1. Мунинов Ф. Паблик Рилейшнз: история и теория. – Т., «Ижод дунёси», 2004.
2. Почепцов Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. - Издание 6-е, дополненное. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2005.
3. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 1998.
4. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов-на-Дону: «Фенекс», 1998.
5. Технологии PR и рекламы в современном обществе: материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции 20 марта 2018 г. Санкт-Петербург / под ред. И. Р. Тростинской. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018.
6. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры: учеб.-практич. пособие. – М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: КАНОН Пресс-Ц, 2003.
8. Қосимова Н. nargis.uz сайты.

Жамоатчилик билан алоқаларда ахборот хизмати: очиклик ва ошкораликни таъминлашнинг муҳим омили.

Резюме. Мақолада жамоатчилик билан алоқаларда ахборот хизматининг роли, унинг жамиятта очиклик ва ошкораликни таъминлашнинг муҳим омили сифатидаги ўзига хос хусусиятлари ёритилади. Жамоатчилик билан алоқалар хизмати мазкур йўналишдаги халқаро ҳамда миллий тажрибалар мисолида таҳлил қилинади. Шу билан бирга, Public Relations - тарихда синалган ва жаҳон тажрибасидан ўтган усул сифатида давлат ва жамият алоқасининг таъсирчан механизмини яратишда жамоатчилик билан алоқаларга талаб катта эканлигини кўрсатиб ўтади.

Таянч сўзлар: компания, коммуникация, фуқаролик консенсус, бренд, имиж.

Информационная служба в связях с общественностью: важный фактор обеспечения открытости и гласности

Резюме: В статье освещается роль информационной службы в связях с общественностью, её специфические особенности как важного фактора обеспечения открытости и гласности в обществе. Деятельность службы по связям с общественностью анализируется на примере международного и национального опыта в данной области. Вместе с тем, отмечается высокая востребованность связей с общественностью в создании эффективного механизма взаимодействия государства и общества как метода, проверенного историей и мировой практикой.

Ключевые слова: компания, коммуникация, гражданский консенсус, бренд, имидж.

Information Service in Public Relations: An Important Factor in Ensuring Openness and Publicity.

Summary: The article highlights the role of the information service in public relations, its specific features as an important factor in ensuring openness and transparency in society. The activities of the public relations service are analyzed based on international and national experience in this field. At the same time, the high demand for public relations in creating an effective mechanism for interaction between state and society is noted as a method tested by history and global practice.

Key words: company, communication, civil consensus, brand, image.