

МЕМЛЕКЕТТІК PR: АҚПАРАТ КЕҢІСТІГІНДЕГІ АҒЫМДАҒЫ ТЕНДЕНЦИЯЛАР, МӘСЕЛЕЛЕР МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАР

С. А. Оспанова

Абылай хан атындағы Қазақ Халықаралық қатынастар
және Әлем Тілдері университеті
Алматы, Қазақстан

Аннотация

Бұл мақалада ақпараттық кеңістіктегі мемлекеттік PR-дің қазіргі тенденциялары, мәселелері мен перспективалары қарастырылады. Мемлекеттік PR негізгі стратегиялары мен құралдары, сондай-ақ мемлекет имиджін қалыптастырудағы әлеуметтік медианың рөлі талданады. PR саласындағы мемлекеттік құрылымдардың алдында тұрған негізгі сын-қатерлер талқыланады және қоғамдық пікірге тиімді әсер ету және оң имиджді қалыптастыру үшін оларды шешу жолдары ұсынылады.

Түйінді сөздер: мемлекеттік PR, ақпараттық кеңістік, әлеуметтік медиа, PR стратегиялары, қоғамдық пікір.

Қазіргі ақпараттық қоғам ақпараттың қол жетімділігі мен таралуының жоғары деңгейімен сипатталады. Бұл тұрғыда мемлекеттік ұйымдар қоғамдық пікірге әсер ету, имиджді қалыптастыру және өз мақсаттарына жету үшін мемлекеттік PR құралдарына көбірек жүгінуде. Бұл мақалада біз ақпараттық кеңістіктегі мемлекеттік PR-дің ағымдағы тенденцияларын, проблемаларын мен перспективаларын қарастырамыз.

Қазіргі әлемде мемлекеттік құрылымдар қоғаммен өзара әрекеттесу үшін бұқаралық ақпарат құралдары мен әлеуметтік медианы көбірек пайдаланады. Негізгі тенденциялардың бірі-дәстүрлі байланыс формаларынан цифрлық және интерактивті әдістерге көшу. Бұл әртүрлі аудиториялардың мүдделерін ескеруге және қоғамдық пікірге тиімді әсер етуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, технологияның дамуымен мемлекеттік құрылымдардың өз азаматтарына көбірек көрінетін және қол жетімді болуына мүмкіндік беретін жаңа платформалар мен құралдар пайда болуда.

Батыстың қазіргі саясаттануында мемлекеттік басқару өзін-өзі ұйымдастыру принциптері бойынша жұмыс істейтін желілер жүйесі ретінде қарастырылуда. Бұл желілер өзара тәуелділікпен, ресурстармен алмасумен, ынтымақтастық ережелерімен және мемлекеттен айтарлықтай автономиямен ерекшеленеді [1]. Дж. Коейманға сәйкес [2], мемлекеттік басқару "әртүрлі әлеуметтік мәселелерді шешуде және жаңа мүмкіндіктер жасауда мемлекеттік және қоғамдық субъектілер арасындағы ынтымақтастықтың тұтастығын" білдіреді. Осылайша, саяси коммуникация субъектілері проблемаларды шешу үшін ғана емес, сонымен бірге дамудың жаңа бағыттарын қалыптастыру үшін де қабылдайтын іс-әрекеттің нақты нысаны ретінде өзара әрекеттесудің маңыздылығы атап өтіледі. Белгілі бір дүниетанымдық категориялар мен моральдық құндылықтарға негізделген өзара әрекеттесу принциптері, әсіресе үкіметтік және үкіметтік емес ұйымдар арасындағы келісімдер контекстіндегі саяси коммуникацияның ашықтығы мәселесін қоса алғанда, ынтымақтастық институттарының рөліне байланысты маңызды бола түсуде.

Ақпарат көздері мемлекеттің іс-әрекеті үшін нақты заңдастырылған база ретінде әрекет етеді. Дамып келе жатқан ақпараттық қоғамда коммуникациялық мүмкіндіктер де, мемлекет пен мемлекеттік органдардың ресурстары да, саяси процестің әртүрлі қатысушыларымен тиімді қарым-қатынас жасай алатын нақты саясаткерлер де маңызды рөл атқарады. Бұл факторлар, атап айтқанда, әлеуметтік сенімнің өсуіне және азаматтық қоғамның саяси процестерге қатысуына ықпал етеді; және, керісінше, азаматтық сананың болмауы заңдастыру дағдарысын тудыруы мүмкін [3].

Бұл тарапты зерттеген бірқатар зерттеушілердің дәйексөздеріне тоқтала кетейік. «Мемлекеттік PR – бұл ақпараттандыру механизмі ғана емес, бұл қоғамның мемлекеттік институттарға деген сенімін басқару процесі.» – деп көпсетеді коммуникациялар және қоғамдық байланыстар профессоры Grunig James E. «Табысты мемлекеттік PR-ның негізгі элементі Мемлекеттік органдардың ақпараттық қоғамның өзгеріп отыратын талаптарына бейімделу және қоғаммен диалогқа емес, диалогқа ұмтылу қабілеті болып табылады.»- Роберт Хитчингс, саяси ғылымдар профессоры. «Қазіргі PR тек ақпаратты таратумен шектелмейді. Ол қоғамдық пікірді қалыптастыру, құндылықтарға әсер ету және қоғаммен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнату құралына айналуға.» – Элизабет Лионс, коммуникация және қоғаммен байланыс саласындағы зерттеуші. «Цифрлық және әлеуметтік медиа дәуірінде мемлекеттік PR заманауи ақпараттық кеңістіктің сын-қатерлерін ойдағыдай шешу үшін икемді, ашық және қоғаммен белсенді қарым-қатынаста болуы керек.» – Ларри Прайт, қоғамдық коммуникациялар бойынша сарапшы.

Қазақстандағы мемлекеттік PR қоғамдық пікірді қалыптастыру, тұрақтылықты сақтау және әлемдік аренада сенімді серіктес ретінде елдің имиджін нығайту үшін маңызды құрал болып табылады. Бұл мақалада біз Қазақстандағы мемлекеттік PR дамуының ағымдағы үрдістерін және олардың қоғамдық кеңістікке әсерін қарастырамыз.

Қазақстанның мемлекеттік PR-дағы негізгі үрдістердің бірі азаматтармен қарым-қатынас жасау үшін цифрлық технологиялар мен әлеуметтік медианы белсенді пайдалану болып табылады. Ел президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың басшылығымен цифрлық инфрақұрылымды дамыту және халықпен өзара іс-қимыл жасау үшін мамандандырылған платформалар құру жөнінде қадамдар жасалуда. Бұл мемлекеттік органдарға азаматтар үшін неғұрлым қолжетімді және ашық болуға, сондай-ақ олардың қажеттіліктеріне тиімді жауап беруге және ақпараттық ашықтықты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Жаһандану және халықаралық байланыстардың артуы жағдайында Қазақстандағы мемлекеттік PR дипломатиялық арналар арқылы елдің сыртқы имиджін нығайтуға да бағдарланады. Бұл халықаралық іс-шараларға, форумдар мен конференцияларға белсенді қатысуды, сондай-ақ халықаралық платформаларда медиа-наукандар мен жарияланымдарды жүзеге асыруды қамтиды. Мұндай тәсіл әлемдік қоғамдастықтың назарын Қазақстанның түрлі салалардағы стратегиялық әріптес ретіндегі жетістіктері мен әлеуетіне тартуға ықпал етеді.

Объективті және шынайы ақпаратты қамтамасыз етудің маңыздылығын ескере отырып, Қазақстандағы мемлекеттік органдар азаматтарға ұсынылатын ақпараттық контенттің сапасын жақсарту үшін белсенді жұмыс істеуде. Бұл сапа стандарты жоғары ақпараттық ресурстарды құруды ғана емес, сонымен қатар ақпаратпен жұмыс істеу және қоғаммен байланыс дағдыларын дамытуға бағытталған қызметкерлерге арналған оқыту бағдарламаларын жүргізуді қамтиды.

Қазақстандағы мемлекеттік PR ағымдағы үрдістері цифрлық дәуірде коммуникациялық тәжірибелерді жаңғыртуға және дамытуға ұмтылысты көрсетеді. Цифрландыруды күшейту, әлеуметтік медиа арқылы қоғаммен белсенді өзара іс-қимыл жасау, сыртқы имиджді нығайту және ақпараттық контент сапасын арттыру PR саласындағы мемлекеттік органдар жұмысының негізгі бағыттары болып табылады. Бұл күш-жігер мемлекет пен азаматтар арасындағы байланысты жақсартуға, сондай-ақ билік

құрылымдарының ашықтығы мен сенімін арттыруға бағытталған, бұл сайып келгенде елдің тұрақты дамуына ықпал етеді.

Мемлекеттік PR танымалдылығының артуына қарамастан, мемлекеттік құрылымдардың алдында тұрған бірқатар проблемалар бар.

Қазақстандағы мемлекеттік PR басты проблемаларының бірі әлеуметтік медианы пайдаланудың тиімділігінің жеткіліксіздігі болып табылады. Цифрлық технологиялардың белсенді дамуы және халық арасында әлеуметтік желілердің жоғары танымалдығы жағдайында мемлекеттік органдар көбінесе контент қалыптастыруда және аудиториямен өзара әрекеттесуде қиындықтарға тап болады. Қызметкерлердің әлеуметтік медиа құзыреттілігінің жеткіліксіздігі, сондай-ақ цифрлық маркетинг стратегияларының болмауы әлеуетті аудиторияның жоғалуына және коммуникация тиімділігінің төмендеуіне әкелуі мүмкін.

Тағы бір маңызды мәселе-ақпарат кеңістігінде бақылаудың болмауы, интернет пен әлеуметтік желілерді қоса алғанда, әртүрлі медиа арналар арқылы ақпаратты жаппай тарату жағдайында мемлекеттік құрылымдар қоғамдық пікірді басқаруда және жалған ақпараттың таралуын болдырмауда қиындықтарға тап болуы мүмкін. Теріс пікірталастар мен жалған ақпарат мемлекеттің беделіне нұқсан келтіріп, халық арасында наразылық тудыруы мүмкін.

Тағы бір мәселе-қоғамдық пікірді бақылау және талдау жүйесінің болмауы. Қоғамның әртүрлі бастамалар мен оқиғаларға реакциясын бақылау, сондай-ақ медиа кеңістіктегі трендтерді талдау коммуникациялық стратегияларды тиімді жоспарлауға және қоғамдық көңіл-күйдің өзгеруіне жауап беруге мүмкіндік береді. Алайда, Қазақстанда мұндай жүйелерді іске асыру үшін әрдайым жеткілікті ресурстар мен сараптама бола бермейді.

Қазақстандағы мемлекеттік PR-мен байланысты тағы бір проблема - жұртшылықтың мемлекеттік хабарламаларға деген сенімінің болмауы. Тарихи қалыптасқан стереотиптер мен билік құрылымдарын теріс қабылдау тиімді қарым-қатынас пен қоғамдық пікірге әсер ету үшін кедергілер тудыруы мүмкін. Мемлекеттік органдардың сенімін нығайту және имиджін жақсарту бойынша жұмыс уақыт пен жүйелі күш-жігерді қажет етеді.

Қазақстанның ақпараттық кеңістігіндегі мемлекеттік PR проблемалары қоғаммен байланыс саласындағы билік құрылымдары үшін елеулі сын-тегеуріндерді білдіреді. Әлеуметтік медианы пайдаланудың тиімділігінің жеткіліксіздігі, ақпараттық кеңістікті бақылаудың болмауы, мониторинг және аналитика жүйесінің болмауы, сондай-ақ мемлекеттік хабарламаларға халықтың сенімінің болмауы билік пен халық арасындағы өзара іс-қимылды жақсартуға бағытталған кешенді тәсілді және стратегияларды әзірлеуді талап етеді.

Мемлекеттік PR проблемаларын шешу үшін коммуникациялар саласындағы құзыреттерді белсенді дамыту, сондай-ақ қоғамдық пікірді талдау және мақсатты әсер ету стратегияларын қалыптастыру үшін деректерді талдау және машиналық оқыту сияқты инновациялық технологияларды пайдалану қажет. Сондай-ақ, мемлекеттік құрылымдардың қызметкерлеріне жаңа байланыс құралдары мен әдістерін тиімді.

пайдалану үшін білім беру бағдарламаларын жетілдіру маңызды.

Қазақстандағы мемлекеттік PR қазіргі сын-тегеуріндерге қарамастан одан әрі дамыту және жетілдіру үшін әлеуетке ие. Қазақстанда мемлекеттік PR дамуының негізгі перспективаларының бірі цифрландыруды күшейту және озық технологияларды пайдалану болып табылады. Заманауи коммуникациялық платформаларды, аналитикалық құралдар мен мониторинг жүйелерін енгізу қоғаммен өзара іс-қимылдың тиімділігін жақсартуға, сондай-ақ қоғамдық пікір мен трендтерге неғұрлым дәл талдау жүргізуге мүмкіндік береді.

Мемлекеттік коммуникациялық стратегияларды табысты іске асыру үшін кадрлық әлеуетті дамытуға және PR саласындағы білім беру бағдарламаларына инвестиция салу қажет. Коммуникациялар және цифрлық технологиялар саласында заманауи дағдылары бар мамандарды даярлау мемлекеттік PR саласында тиімді жұмыс істеудің негізгі факторы болады.

Жұртшылықтың мемлекеттік хабарламаларға деген сенімін арттыру үшін ақпараттық мазмұнның сапасын жақсарту қажет. Бұған аудиторияның қажеттіліктерін талдау, мазмұнды және ашық мазмұнды құру, қоғаммен белсенді қарым-қатынас және ашық диалог кіреді.

Сыртқы PR стратегияларын дамыту Қазақстанның халықаралық ұстанымын нығайту және әлемдік қоғамдастықтың ел жетістіктеріне назарын аудару үшін маңызды аспект болып табылады. Халықаралық іс-шараларға белсенді қатысу, дипломатиялық кампаниялар өткізу және әлемдік БАҚ-пен өзара іс-қимыл жасау Қазақстанның әлемдік аренадағы имиджін жақсартуға ықпал етеді.

Мемлекеттік PR-ді сәтті дамыту үшін осы саладағы инновациялар мен эксперименттерді ынталандыру қажет. Инновациялық идеяларды қолдау, пилоттық жобаларды жүргізу және басқа елдермен тәжірибе алмасу Қазақстанда мемлекеттік PR инновациялық және бейімдеу жүйесін құруға мүмкіндік береді.

Қазақстанда мемлекеттік PR дамыту перспективалары цифрлық технологияларды белсенді пайдаланумен, кадрлық әлеуетті дамытумен, ақпараттық контент сапасын жақсартумен, сыртқы PR стратегияларын әзірлеумен және инновацияларды ынталандырумен байланысты. Осы перспективаларды іске асыру Қазақстанның тұрақты дамуына ықпал ететін коммуникациялардың тиімді және жауапты жүйесін құру мақсатында мемлекеттік органдар, қоғамдық институттар және кәсіби қоғамдастық тарапынан келісілген күш-жігерді талап етеді.

Мемлекеттік PR қазіргі ақпараттық қоғамда маңызды рөл атқарады. Өз мақсаттарына сәтті жету үшін мемлекеттік құрылымдар жаңа тенденцияларға бейімделуі, байланыс құралдарын тиімді пайдалануы және ақпараттық кеңістікте кездесетін мәселелерді шешуі керек. Бұл тек техникалық дағдыларды ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени контекстті түсінуді және негізделген шешімдер қабылдау үшін деректерді талдау қабілетін қажет етеді. Бедел мен қоғамдық пікірді сәтті басқару барған сайын қиындай түсуде, бірақ болашақта мемлекеттік PR-ны дамыту маңызды.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Абдуджалилов А. Интернет как объект научно-правового исследования. ЕврАзЮж. 2011. № 6 (37).
2. Акопов А.И. Глобальное средство массовой информации. Мир медиа XXI: Новые информационные технологии, 2022. № 1
3. Королева М. А. Общие подходы к новым PR-технологиям в политических коммуникациях – Актуальные исследования, 2023. №7 (137). Ч.І. С. 94-98. URL: <https://apni.ru/article/5681-obshchie-podkhodi-k-novim-pr-tehnologiyam> (дата обращения: 12.12.2023)
4. Жебит М. Газетам советуют сдать ся. Социальные сети становятся новыми СМИ. Российская газета. URL: <http://www.rg.ru/2011/02/11/internet.html> (дата обращения: 12.12.2023)
5. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ – Филологический вестник РГУ. 2021. № 3.
6. Акопов Г.Л. Информационное право: Оқулық. – Ростов н-Д: Феникс, 2022.
7. Grunig, James E. "Excellence in Public Relations and Communication Management." Routledge, 2006.
8. Philippe Maarek. "Political Communication in a New Era." Routledge, 2018.

REFERENCES

1. Abdudzhaliyov A. Internet kak ob"ekt nauchno-pravovogo issledovaniya. EvrAzYUzh. 2011. № 6 (37).

2. Akopov A.I. Global'noe sredstvo massovoj informacii. Mir media XXI: Novye informacionnye tekhnologii, 2022. № 1
3. Koroleva M. A. Obshchie podhody k novym PR-tekhnologiyam v politicheskikh kommunikacijah – Aktual'nye issledovaniya, 2023. №7 (137). CH.I. S. 94-98. URL: <https://apni.ru/article/5681-obshchie-podkhodi-k-novim-pr-tekhnologiyam> (data obrashcheniya: 12.12.2023)
4. ZHebit M. Gazetam sovetuyut sdat'sya. Social'nye seti stanovyatsya novymi SMI. Rossijskaya gazeta. URL: <http://www.rg.ru/2011/02/11/internet.html> (data obrashcheniya: 12.12.2023)
5. Akopov A.I. Elektronnye seti kak novyj vid SMI – Filologicheskij vestnik RGU. 2021. № 3.
6. Akopov G.L. Informacionnoe pravo: Očulyk. – Rostov n-D: Feniks, 2022.
7. Grunig, James E. "Excellence in Public Relations and Communication Management." Routledge, 2006.
8. Philippe Maarek. "Political Communication in a New Era." Routledge, 2018.

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ PR: ТЕКУЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

С. А. Оспанова

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана
Алматы, Казахстан

В данной статье рассматриваются современные тенденции, проблемы и перспективы государственного PR в информационном пространстве. Проанализированы основные стратегии и инструменты государственного PR, а также роль социальных медиа в формировании имиджа государства. Обсуждаются ключевые вызовы, с которыми сталкиваются государственные структуры в сфере PR, и предлагаются пути их решения для эффективного воздействия на общественное мнение и формирования позитивного имиджа.

Ключевые слова: государственный PR, информационное пространство, социальные медиа, стратегии PR, общественное мнение.

Summary

**STATE PR: CURRENT TRENDS, PROBLEMS AND PROSPECTS
IN THE INFORMATION SPACE**

S. A. Ospanova

Abylai Khan Kazakh University of International Relations and World Languages
Almaty, Kazakhstan

This article examines current trends, problems and prospects of public PR in the information space. The main strategies and tools of state PR are analyzed, as well as the role of social media in shaping the image of the state. The key challenges faced by government agencies in the field of PR are discussed, and ways to solve them are proposed to effectively influence public opinion and create a positive image.

Keywords: state PR, information space, social media, PR strategies, public opinion.