



ХҒТАР 19.41.41
Ғылыми мақала

[DOI:https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-147-2-66-81](https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-147-2-66-81)

Қазақстанның мемлекеттік мекемелерінде баспасөз қызметінің қалыптасуы мен дамуы

Ж.А. Омархан¹ , Б.Ж. Каримова² 

¹ Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана қ.

² І.Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Қазақстан, Талдықорған қ.

(E-mail: sultan-3@mail.ru)

Аңдатпа. Мақала бүгінгі ақпарат саласының қызмет жүйесіндегі баспасөз қызметінің қалыптасуы мен даму бағыттарына арналып отыр. Баспасөз қызметі – билік пен халық арасын, ұйым мен қоғам арасын байланыстырушы. Кез келген мекеме немесе ұйым баспасөз қызметі арқылы ақпаратты қоғамға таратуды, қоғамда жағымды пікірге ие болуды, адамдармен түсіністік қарым-қатынас жасауды, өз жұмысын жарнамалауды мақсат етеді. Сондықтан баспасөз қызметін пайдаланады, әрі оны қажет деп біледі.

Бүгінде қоғаммен байланыс аясындағы баспасөз қызметінің міндеттері мен мақсаты нақтыланғанымен, баспасөз жұмысына кешенді теориялық зерттеулер жүргізілу жағының әлі де аздық ететіні зерттеудің өзектілігін танытады. Баспасөз қызметінің қалыптасуы турасындағы ғылыми зерттеу жұмыстар қатарын теориялық материалдармен толықтыруды қажет етеді.

Зерттеу мақаланың мақсаты – Қазақстанның мемлекеттік мекемелерінде баспасөз қызметінің қалыптасуы мен бүгінгі даму бағыттары туралы сараптама жасау. Баспасөз қызметі жұмысы бірнеше мемлекеттік мекемелердегі баспасөз қызметінің даму бағыттарын салыстыру арқылы көрсетілді. Баспасөз қызметінің қажеттілігі мен маңыздылығын көрсетудің әдіснамалық тұсы айтылды.

Зерттеу мақаланың практикалық мәні ретінде ғылыми жұмыстарға, анықтамалықтарға, сондай-ақ жекелеген баспасөз қызметінің жұмысы мен даму бағыттары туралы мағлұматтар алуға септігін тигізери сөзсіз.

Түйін сөздер: Қазақстан, ақпарат, баспасөз қызметі, мемлекеттік мекеме, даму бағыттары, PR, қалыптасу тарихы.

Кіріспе

Кез келген қарым-қатынас жағдайын жүзеге асырудың негізгі тетігі – ақпарат болып табылады. Еліміз дамудың жаңа ақпаратқа деген орасан зор сұранысты туғызып отыр. Осы қажеттілік ақпараттық, коммуникациялық үдерістерді, яғни мемлекеттік, саяси-әлеуметтік, экономикалық құрылымдар мен жұртшылық арасындағы хабар алмасуды тиімді басқару мәселесін басты назарға алады. «Ақпарат» ұғымына қандай да болмасын дерек, мәліметтер мен білімдер жиынтығы кіреді. Таным процесінің мәні де ақпаратпен тығыз байланысты. Ғылыми зерттеулерде ақпараттарды шығу тегіне байланысты биологиялық (генетикалық) ақпарат, техникалық ақпарат, геологиялық ақпарат т.б. деп жіктеп көрсетеді. Ақпараттар жіктелісіндегі қоғамның өмір сүруінің айрықша қырын бейнелейтін ақпарат түрлерінің бірі – әлеуметтік ақпарат. Ол қоғамдық өмірдің әлеуметтік құбылыстары мен процестерінің сан алуан түрін сипаттайтын күрделі, мазмұнды ақпарат саласы болып табылады. Әрі бүгінгі қоғам үшін әлеуметтік мәселелерді көру мен саралау қажетті екені белгілі.

Бүгінгі ақпарат саласындағы басым бағытты қызмет жүйесі ретінде баспасөз қызметін атауға болады. Баспасөз қызметінің негізгі атқаратын жұмыс бағыттары айқын. Олар өз саласына қатысты күнделікті жұмыс атқарады. Кез келген мекеме немесе ұйым өз жұмысын баспасөз арқылы қоғамда орнықтыруды, айнала ортасында жағымды пікірге ие болуды, адамдармен тиімді қарым-қатынас жасауды, өз жұмысын жарнамалауды мақсат етеді. Мемлекеттік мекемелерде баспасөз қызметін қоғаммен байланыс қызметін үйлестіруші ретінде қарайды. Ол мекеменің ішкі, сыртқы қарым- қатынасын реттеп отырушы.

Елдегі қандай да бір елең еткізер ақпаратты қалың көпшілікке жеткізуде қоғаммен байланыс немесе БАҚ тікелей қызмет етеді. Қоғамдағы мемлекеттік мекемелердің, коммерциялық ұйымдардың өзара қарым-қатынасы қоғаммен байланыс, яғни, PR-мен жүзеге асырылады. Сондықтан жұртшылықпен байланысты басқару құрылымдары болса, оның бірі – баспасөз қызметі.

Елімізде кез келген мемлекеттік органда, түрлі мекемелерде баспасөз қызметтері жұмыс істейді. Мекеме немесе органның даму стратегиясына орай кейбір мекемелерде баспасөз хатшысымен қатар PR бөлімдері қызмет етеді. Осыған орай, еліміздегі мемлекеттік мекемелердегі баспасөз қызметінің орнын бағамдау өзекті болып отыр. Мемлекеттік ұйым немесе мекемеде баспасөз хатшыларының болуы тиімді еңбек бәсекелестігі мен имидж қалыптастыруда айрықша ықпалы болады. PR сарапшыларының пікірлері де сан қырлы. Бірқатар пікірлерде баспасөз хатшысының жұмысы PR-дың бір бөлімі ретінде қарастырылады. Көп жағдайда көптеген мекеме мен ұйымда баспасөз хатшысы мен PR-дың жұмысы біріктіріліп жүргізіледі.

Қазақстанда қоғаммен байланыс орталығы баспасөз қызметінің міндетін атқарады, оның да белгілі бір дәрежеде жұмысына тән белгілері бар. Олар:

- БАҚ мониторингі;
- Аймақтарға ықпал жасау (аймақтардағы баспасөз қызметінен алынған мәліметтерді жинақтап, талдап отыру);

- БАҚ-тың сұрауларына жауап беріп отыру (материалдарды сұрыптау, сюжет даярлауға көмек көрсету т.б.);
- Арнаулы сайттар ашу;
- БАҚ-тың аймақтық органдарының жұмыстарына талдау жасап отыру;
- БАҚ жетекшілерінің жұмысын қолдап, олармен байланыс жасау, жеке жұмыстарын жоспарлағанда олардың өтініштеріне құлақ асу;
- Төтенше жағдайларды жіті қадағалау (мобильді топтар жұмысына тікелей байланысты) [1, 87 б.].

Бүгінде қоғаммен байланыстың имиджмейкинг, PR-брендинг, медиарилейшнз, кикіл-жіңдерді реттеу, лоббилік қызмет, кеңесшілік сияқты түрлері өз қызметтерін атқаруда.

Баспасөз қызметі қандай болуы қажет деген сауалға үңілуде мына бір ойға назар аударсақ. Осы ретте ақпарат және қоғамдық даму министрі болған Дархан Қыдырәлі мемлекеттік органдар мен халық арасындағы алтын көпір баспасөз хатшысы екендігін атап өткен болатын [2].

Материал және әдістер

Мемлекеттік құрылымдарда БАҚ-пен өзара байланыста баспасөз қызметтері жұмыс істейді. Баспасөз қызметтері PR-мен бірлесе отырып баспасөз мәслихаттарын өткізу, түрлі форум, конференция сынды шараларға қатысады. Мемлекеттік басқару жүйесінде PR қызметі маңызды. Мәселен, мекемелер журналистермен тұрақты байланыс орнату арқылы жоспарлы мақсаттарын жүзеге асырады, оның нәтижелерімен бөліседі.

Баспасөз қызметінің құрамы әр ұйым не мекеменің өзіндік ерекшелігіне байланысты төмендегідей қызметтерді қамтиды:

- Баспасөз қызметінің жетекшісі;
- баспасөз орталығының жетекшісі;
- баспасөз қызметінің қызметкері;
- баспасөз орталығының қызметкері;
- ақпараттық жұмыспен тікелей байланысты мамандар;
- бас PR бөлімінің жетекшісі;
- PR бөлімінің қызметкері;
- баспасөз хатшысы;
- PR маманы

Сонымен, баспасөз хатшысы жеке тұлғаның немесе кез келген органның баспа және қоғаммен байланыс жөніндегі арнайы өкілі болып табылады. Баспасөз хатшысының бойында бірнеше қасиеттері болуы маңызды. Ең алдымен, ұйымдастырушылық қабілеті және жоспарланған тапсырмалардың уақытылы орындалуы үшін өзіне бағынатын қызметкерлерді атқаратын іске жұмылдыра білуі қажет. Ол үшін алдымен баспасөз хатшысының өзі жұмысын жан-жақты біліп, тиянақты орындауға міндетті. Баспасөз хатшысының бойында төмендегідей қабілеттер мен біліктіліктер болуы да ескеріледі. Ол ғылыми зерттеулерде келесідей сипатталады:

- Сала қызметін білу. Ол әрқашан ақпарат аясында болуы керек. Құрылымды білу, арнайы ұйым, соңғы үрдістерді түсіну жетістікті саланың кілті.
- Коммуникативтік білім. Бұқара ақпарат құралдарының жұмыс процессін түсіну, әлеуметтік және басқа да базалық білімнің болуы аса маңызды. Сонымен қатар маңызды рөл атқаратын журналистік қасиет (мәтін сөздерін, мақала, баспасөз-релиз, баспасөз-киттерді жаза білу және т.б).
- Техникалық білім. Негізгі бағдарламалармен жоғары білімді пайдаланушының деңгейінде компьютермен жұмыс жасай білу.
- Әртүрлі білімге бай болу. Әлемде болып жатқан жаңалықтар мен өзгерістерден хабардар болу, мемлекетте не болып жатқандығын білуге тиіс.
- Бюрократиялық білім. Бюрократиялық аппараттың қалай жұмыс жасайтындығын түсінбей тұрып аппаратты өзіңе жұмыс жасату мүмкін емес.
- Басқарушылық дағды. Қажетті дағдыларын болмай тұрып ұйымда жоғары деңгейге көтеріліп, басқаларға өз сөзіңді орындата білу мүмкін емес.
- Адамдардың тілін тауып, өзара тез қарым-қатынасқа түсе алу қабілеті.
- Сенім. Жиі ұшырасып тұратын жағдайда жетекші немесе қызмет бабымен мамандас адам оңаша ақпаратты сеніп бөліседі. Ол адамдардың сенімінен шығуға болмайды [3, 113 б.].

Зерттеушілердің пайымдауынша, баспасөз хатшысы уақытын журналистердің сұрақтарына, өз мекемесінің тыныс-тіршілігін біліп отыруға, баспасөз қызметінің материалдары мен шараларын жасауға жұмсайтын көрінеді. Баспасөз хатшысының журналистермен жүйелі қатынаста болуы басшылықтың халыққа өз қызметінің мақсаттары мен мазмұнын таныстырып отыруға деген мақсатты жоспарларына кірсе керек. Мекеме немесе ұйымның басшылығының қоғаммен кері байланысы баспасөз хатшысы арқылы да жүзеге асады. Осыған орай, басшылар мен жұртшылықтың арасындағы кері байланысқа тікелей қатысты болуы баспасөз хатшысының басқарушылық қызметін көрсетеді. Баспасөз хатшысы мен баспасөз қызметінің кез келген функциясының негізіне коммуникация жатады. Ақпарат алмасу барысында белгілі бір образ (имидж) қалыптастырылып, қоғам топтарымен, бөліктерімен байланыс орнатылады. Ақпарат нақты аудиторияға жетуі үшін баспасөз қызметі арнайы коммуникациялық арналарды пайдаланады. Олардың қатарына ақпарат агенттіктері, қалың көпшілікке арналған және мамандандырылған баспа және электронды БАҚ (теледидар, радиохабар, интернет) кіреді.

Баспасөз қызметінің негізгі міндеттерінің бірі – БАҚ арқылы қоғамды ақпараттандыру.

Бұл қызмет баспасөз конференциясы, баспасөз хабарламасы, редакциялық мақала, тұтынушылармен, ақпарат тарататын қауыммен, сайлаушылармен кездесуді өткізуді үйлестіретін пресс-жоспар негізінде құрылады.

Баспасөз қызметі келесі мәселелерді шешуге ықпал етеді:

- Ұйым қызметі туралы ақпараттың толыққандылығын және жеделдігін қамтамасыз ету.
- Аккредитацияланған журналистердің жұмысына үйлесімді, қолайлы жағдай жасайды.

Баспасөз қызметінде баспасөзбен байланыс стратегиясын жасау аса маңызды болып табылады. Оған ақпараттық кеңестер, ақпараттық бюллетеньдер, мәтін және құжаттарды жариялау кіреді. Кез келген ұйым жұмысының нәтижелілігі – уақытылы және нақтылы ақпараттар тарату. Мұндайда ақпараттық орталық жоспарлар жасау мен мақсатқа жетуде бірігіп әрекет ететін ұйымның негізгі өзегіне айналады. Әрбір мекеме басшысы белгілі бір шешім қабылдау үшін алдымен баспасөз қызметінің жұмысынан толық хабардар болуы тиіс.

Қазіргі баспасөз қызметінің жұмыс тәсілін, формасы мен сипатын сөз еткенде осы тақырыпты адамдардың қаншалықты түсінетіндігі маңызды болмақ. Оның ішінде жеке адамдардың қазіргі ой-түйсігі, іскерлік қарым-қатынасы, сыртқы субъектілермен жұмыс жүргізу тәсілдері қажет болады. БАҚ-тың бас редакторлармен, журналистермен, қоғамдық бірлестіктермен, әлеуметтік желі пайдаланушыларымен қарым-қатынасы, өзара бәсекелестік тудыратын әдістер т.б.

Баспасөз қызметінің қызметкері ең алдымен, сауатты психолог. Адамдармен (бәрінен бұрын өз басшыларымен) тіл табыса білу үлкен өнер. Бұл қажеттілік оның санасына, дүниетанымына, ойлау жүйесіне байланысты дамиды. Осы қасиеттер ғана оны қажетті нәтижеге жеткізеді. Сондықтан баспасөз хатшысы адамдардың психологиясын меңгере білуі керек. Қоғам – үнемі өзгеріп отыратын құбылыс болғандықтан, кәсіптік технологияның жиынтық үрдісі әркелкі болмақ.

Қазіргі баспасөз қызметінің жұмыс істеу тәсілдерін зерттеулерде келесі факторлармен байланыстырады:

- Институттың (мемлекеттік мекемелердің, табыс табуға бағытталған құрылымдардың (бизнес-құрылымдар), қоғамдық ұйымдардың т.б. жеке меншікке қатыстылығы;
- Баспасөз қызметі орналасқан ұйымның беделі (институт бренді, оның жетекшісінің танымалдығы, БАҚ-та көріну жиілігі т.б.);
- Ұйымның беделі, сарапшылардың, VIP-тұлғалардың, бәсекелестердің ұйымға деген қарым-қатынасы, қоғамдық ұйым көшбасшыларының пікірлері т.б.;
- Баспасөз қызметінің инфрақұрылымы (керекті ресурстармен қамтамасыз етілуі); Сыртқы конъюнктура (нарықтағы жағдайлар, қоғамдық қатынастардың сегменттері, мекеменің экономикалық, саяси немесе әлеуметтік инфрақұрылымы);
- Ұйымның дамуына және қызмет етуіне ықпал жасайтын институттағы лоббилер мен жақтаушылар саны;
- Мекеме басшысының тұлғасы мен баспасөз қызметінің (баспасөз хатшысының) кәсіби сапасы [4].

Әдебиетке шолу

Баспасөз қызметінің функциясы сан алуан. Баспасөз қызметі кез келген ұйым немесе мекеменің ішкі-сыртқы дамуы, имиджі, бәсекеге қабілетті болу, тиімді коммуникация орната білу сынды негізгі қызметтерді атқарады. Сондай-ақ, барлық ақпараттар мен мәліметтерді жіті қадағалап отырады, түрлі брифинг пен баспасөз мәслихаттарын ұйымдастырады, хабарламалар дайындайды, әртүрлі шараларға қатысады. Қоғаммен

байланыс деңгейіндегі баспасөз қызметінің міндеттері мен мақсаты анықтала қойғанымен, нақты баспасөз жұмысына кешенді теориялық зерттеулер жүргізілу жағы қазақ тілді аудитория үшін аздық ететінін байқауға болады. Жалпы баспасөз қызметінің жұмысы, негізгі бағыттары, даму стратегиялары, коммуникативті қарым-қатынас мәселелері аясында шетелдік зерттеулерде аталып өтеді.

БАҚ және бұқаралық коммуникация мәселелері бойынша зерттеулерде өзара ықпалдастық мәселелері сөз етілсе (Said Sh Huseynov, 2014), қоғаммен байланысты коммуникация тұрғысынан (Matt Shipman, 2014) бағамдалады. Қоғаммен байланыстың өзге де өзекті мәселелерін ғылыми тұрғыдан (Margot Lamme, Karla Gower, 2011) талдаған, қоғаммен байланыс жасауда басты назарға алатын қағидаларды да терең зерттеген. Ал, халықаралық деңгейдегі байланыс жасағанда ескеретін негізгі қағидалар мен ережелерді салыстыра талдаған (Cui Meadows, Charles W. Meadows, 2014) негізгі талаптар ортақ екенін түсіндіреді. Соңғы он жылдықта қоғаммен байланыс жасаудың негізгі шарттары мен мемлекеттік талаптардың өзгеруіне талдау жасай отырып (Alvin Zhou, 2023) сандық көрсеткіштермен талдау жасаған. Салалық бағыт бойынша қоғаммен байланыс жасауда көбіне денсаулық саласы бойынша көрсеткіш жоғары болатынын (Eyun-Jung Ki, Da-young Kang, Miaohong Huang, 2022) еңбектерінде талдайды. Қарым- қатынас жасаудың озық тәжірибесіне теориялық талдау жасаған (Rees S, 2020) болды. Мемлекеттік басқару мен байланыс орнатудың коммуникациялық ерекшеліктеріне талдамалық сараптама жасаған еңбектердің бірі (A.Castillo-Esparcia, C.Carretón-Ballester, P. Pineda-Martínez, 2020) ұсынған зерттеулер. Бұл еңбекте қоғамдық қатынастарды сипаттап, оларға талдау жасалған.

Бірқатар зерттеу еңбектерде атап айтқанда, С.В. Белковский зерттеулерінде баспасөз қызметін ұйымдастыру, баспасөз қызметін институттар ретінде қарастыру мәселесі қарастырады [13, 118 б.].

Ал А.Ф. Невоструева баспасөз қызметтері мемлекеттік ақпараттық және коммуникациялық саясатта, жергілікті өзін-өзі басқару мекемелерінде, коммерциялық құрылымда және қоғамдық ұйымдарда негізгі қызмет атқаратындығын атап өтеді [14, 94 б.].

Ресейлік зерттеуші П.А.Полоницкий баспасөз қызметіне немесе баспасөз хатшысының біліктілік қабілетіне қойылатын ашықтық, ақпаратты жаңартып отыру жиілігі және артықшылығы, легитимділік және журналистерді аккредитациялау ережелерінің адалдылығы, жеделділік және БАҚ редакциясының сұраныстарына толық жауап, журналистермен қақтығыстарға деген жиілік, БАҚ-тың жоспар және келешегі жөнінде ақпараттандыруындағы жеделділік сынды талаптарды атайды [15, 94 б.].

Қоғаммен байланыс әлеуметтік үдерістерді зерделеуге, олардың салдарларын талдауға, болжауға, қоғамдық пікір қалыптастыруға, өзгеде мәселелер туралы деректерді саралауға және баға беруге бағытталады. Қоғаммен байланысты ұйымдастыру жөніндегі арнайы бағдарламалар да қамтылады. Ол бағдарламалар зерттеу, жоспарлау мен жүзеге асыру және оның жұртшылыққа әсер ету тиімділігін айқындаудан тұрады. Ресейде жұртшылықпен байланыс саласының келелі мәселеріне арналған «Пресс-секретарь», «Связи с общественностью», «Советник» сияқты кәсіби басылымдар жарық бар.

Сондықтан қоғаммен байланыстағы баспасөз қызметі әлі де болса кешенді ғылыми-теориялық зерттеулерді қажет етеді. Қоғаммен байланыстағы баспасөз қызметінің мәселелерін зерттеу тақырыбы аясында қарастырған ғалымдар қатарына С.В. Белковский, А.Ф. Невоструева, Г.Н. Татарина, П.А. Полоницкий, Н.Н. Бакунина, Б.Б. Безменов, Д.А. Скибицкий және С.К. Козыбаев, Л.П. Нода, А.В. Рожков т.б. зерттеушілерді атауға болады. Баспасөз қызметі қай кезеңнен, қай елдерде қалыптаса бастады деген сауалдарға үңілсек, зерттеулерде шетелде алғаш пайда болуы туралы деректер кездеседі. Басым көпшілік деректерде баспасөз қызметі қоғамдық институт ретінде АҚШ-та он тоғызыншы ғасырдың алғашқы жартысында қалыптасты деп көрсетіледі. Бұл кезең Америка Құрама Штаттарындағы «жұртшылықпен жақындасу» немесе «публицити» дәуірі, баспасөз агенттіктері заманы саналады. Сол кезеңде ірі қалалардың пайда болуы, халықтың шаһарларға шоғырлануы, сауаттылықтың артуы газеттердің оқырман аудиториясын ұлғайтты. Сондықтан баспасөз қызметтері, сондай-ақ жұртшылықпен байланыс бөлімдері ашылып, алуан түрлі салаларға біртіндеп ене бастады. Осы тұста зерттеушілер атап көрсетіп жүрген Амос Кендалл алғашқы кәсіби баспасөз хатшысы деп танылды.

Американың мемлекеттік органдарында XIX ғасырдың соңын ала баспасөзбен жұмыс істейтін бөлімшелер құрылып, үкімет жұмысын көрсетуге тиісті журналистер ресми баяндамалар жазуға және баспасөз баяндарын құрастыруға машықтандырыла бастаған. 1904 жылы екі американ жоғары оқу орынында – Пенсильвания және Висконсин университеттерінде жұртшылықпен байланыс жөніндегі бюролар құрылды. Жиырмамыншы ғасырдың екінші жартысында халықаралық жұртшылықты Америка Құрама Штаттарының жетістіктері жөнінде ұдайы хабардар ету, сондай-ақ америкалық өмір салтын насихаттау мақсатымен АҚШ Ақпарат агенттігі (USIA) құрылды. Тәуелсіз сыртқы саяси ұйым болып табылғанымен, АҚШ президентіне тікелей бағынатын бұл ақпарат органын әлемде «Ғаламдық баспасөз қызметі» деп атайды [16, 46 б.].

Бұл қызметтің даму тарихы әр елде әртүрлі. Баспасөз органдарының дамуы мен қалыптасуы Германиядағы қазіргі қоғамдық пікір қалыптастыру алаңына өз септігін тигізеді. Елде баспасөз қызметінің қажеттілігін көрсете білген саяси-қоғамдық белсенділер өте көп жұмыс істеді. Бұл Германиядағы баспасөз қызметінің тарихын тереңдетіп зерттеуге де қатысты. Осыған байланысты жүргізілген зерттеулерде былай делінді: «1816 жылы Пруссия королі Август фон Гундербергтің газеттегі мақалаларды қарастырып, пікір білдіретін әдеби бюросы болды. Баспасөзді пайдалану процесі. Мемлекет мүддесі үшін ол неміс мемлекеттілігі құрылғаннан кейін де жалғасты. XIX ғасырда Пруссия королі Вильгельм IV кейінірек Орталық журналистика институты немесе Корольдік мемлекеттік министрліктің әдеби бюросы деп аталатын әдеби кабинет құрды. Ол баспасөз қызметіне келгенде оған баспасөзді басқару және оны қамтамасыз ету міндеті жүктелді. журналистердің пікірлері биліктің тұжырымынан ауытқымайтын болды. Вильгельм I-ді Германия императоры деп жариялағаннан кейін елде сыртқы байланыстар реттеуші «баспасөз бөлімі» (1871 жыл) құрылады. Осы бөлімді 22 жыл басқарған Отто Харманның есімі шығармашыл адамдармен тіл табыса білген дарынды тұлға ретінде тарихқа енді. Ол айналасына билікке деген оң көзқарастағы журналистер

тобын жинады (бұл бүгінгі таңда журналистік пул деп аталады). Жалпы, Германия мемлекетінің императоры мен оның сарайының төңірегінде жүрген журналистер елде болып жатқан оқиғалар туралы жарияланған мәліметтерге өте сақтықпен қарады. 1897 жылы Әскери-теңіз ақпарат бюросын құрған Германияның мемлекеттік хатшысы Альфред фон Тирпицтің есімі де баспасөз жұмысымен де тығыз байланысты болуы осыдан туындаса керек [16, 87 б.].

Қазақстандағы баспасөз қызметінің қалыптасуы турасында мәліметтер қатары жазылған, дегенмен әлі де болса жан-жақты зерттеулерді қажеттілігі туындайды.

Қазақстандағы баспасөз қызметінің дүниеге келуі тарихтағы «Қайта құру» кезеңімен байланыстырылады. Қазақстандағы баспасөз қызметінің қалыптасуы туралы мәліметтерде: «Қазақстан Компартиясы ОК-нің баспасөз орталығын ұйымдастыру туралы шешім 1990 жылы 7-тамызда қабылданды. Баспасөз мәслихаттары мен брифингтер өткізу орындары, Алматы қаласындағы «Достық» мейрамханасында болды. Баспасөз мәслихаттарын ұйымдастыру айына бір рет, қалған уақыттарда 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. Бұл қызметті Е.Ш.Шаймерденов атқарды», - делінеді [16, 7 б.].

Ербол Шаймерденұлын Қазақстан Президентінің бірінші хатшысы, алғаш рет ресми түрде бекітілген баспасөз қызметінің жетекшісі ретінде таниды. Ал 1991 жылы Ғадылбек Минажанұлы Шалахметов Қазақ КСР Президентінің баспасөз хатшысы болып, 1992 жылдан бастап Қазақстан Республикасы Президентінің Баспасөз қызметінің басшысы болған. Қазақстанда негізі қаланған баспасөз қызметі мемлекеттік деңгейдегі жауапты тапсырмаларды жауапкершілікпен атқара білген.

Қазақстанда ХХ ғасырдың 90 жылдары басқа да ресми баспасөз қызметтерінің қалыптасқан кезеңі болды. Сол тұста Әміржан Қосанов Үкіметтің баспасөз қызметін жүргізді. Осылайша бастау алған баспасөз қызметінің жұмысы ел аймақтарда жедел қарқынмен дами бастайды. Негізі қаланған баспасөз қызметінің бүгінгі күні Қазақстандағы кез келген мекеме мен ұйымдарында жұмысы қарқынды, заманауи форматта жүргізіліп келеді деп айтуға әбден болады.

Нәтижелер мен талқылау

Негізінен баспасөз қызметі – мемлекеттік мекеме немесе коммерциялық компаниялар мен жеке мекемелердің аталған ұйым атынан бұқаралық ақпарат құралдары мен бұқара арасындағы өзара әрекеттесетін бөлімшесі. Мемлекеттік мекемелердегі баспасөз қызметінің негізгі міндеті – халыққа мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық саясаты, әртүрлі бағдарламалардың тиімділігі мен қажеттілігін түсіндіру. Мұның нәтижесі мекеме мен халық арасында берік сенім орнауға септігін тигізеді. Мемлекеттік мекеме немесе ұйымдардағы PR қызметінің басты бағыттары:

– Азаматтармен және ұйымдармен байланыс орнату және оларды қолдап, кеңейтіп отыру;

- жұртшылықты қабылданып жатқан шешімдер туралы құлақтандырып отыру;
- қоғамдық пікірді зерттеу;
- билік органы лауазымды өкілдерінің іс-әрекеттеріне жұртшылықтың көзқарасын талдау;
- қоғамдық-саяси процестерді болжамдау;
- ұйымды аналитикалық талдамалармен қамтамасыз ету;
- ұйымның жағымды образын қалыптастыру

Қазақстанның мемлекеттік мекемелерінде баспасөз қызметінің даму бағыттарын бағамдау мақсатында бірнеше министрлік пен мекемелердің баспасөз қызметінің жұмысына зер салдық.

Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігі сайтында «Баспасөз орталығы» деген атпен арнайы терезе орналасқан. Онда: жаңалықтар, оқиғалар күнтізбесі, пайдалы ақпарат (ақпарат, баспасөз релиздері, баяндама, инфографика, таңдамалық мақала, пайдалы ақпарат, хабарлама, әңгімелесу) медиагалерея айдарлары қамтылған.

2002 жылы негізі қаланған «ҚазМұнайГаз» ҰҚАҚ Баспасөз орталығының жұмысы келесі бөлімдерден тұрады: баспасөз хабарламалары, БАҚ ҚМГ жайлы, білім қоры, есептер, медиатека, байланыстар, корпоративтік газет, кері байланыс сауалнамасы. Кез келген мекеме не ұйымның стратегиялық дамуында жоспарлар мен жұмыстың қорытынды есептерінің маңызы зор. Осы ретте компанияның есеп қызметі тоқсан нәтижелері, жылдық есептер, тұрақты даму туралы есеп, инвесторларға арналған басқа да есептер мен презентациялар берілген.

Мемлекеттік органдардағы баспасөз қызметі қоғамдық пікірді, халық көзқарасын бағалау арқылы ақпараттық-талдамалы қызметті, мекеме ішінде әлеуметтік-психологиялық ахуалды қадағалау, қызмет әдебін сақтау, фирмалық стильді қалыптастыру арқылы ақпараттық қарым-қатынас жасау қызметін, кеңес беру қызметін, түрлі іс-шараларды ұйымдастырудағы ұйымдастырушылық қызметтерді ретке келтіруді негізге алады. Бұл аталған қызметтер кез-келген баспасөз қызметінің күнделікті жұмыс барысындағы орындалып отыратындығы байқалады. Жалпы мемлекеттік мекемелердің баспасөз қызметінің негізгі функциялары төмендегідей:

1. Бұқаралық ақпарат құралдарымен қарым-қатынас орнату. Ақпарат құралдарына атқарылған, орындалған шаралар туралы үздіксіз материалдар жариялап отыру. Бұған сұқбаттар жүргізу, пресс-релиздер мен жаңалықтар мақалаларын жазу, баспасөз конференциялары мен брифингтер дайындау кіреді.

2. Корпоративтік мәдениетті қалыптастыру. Әр мекеменің өзіндік ерекшелігіне орай корпоративтік журнал шығарылып, қызметкерлерді қатыстырып іс-шаралар ұйымдастырылады.

3. Ұйымның жағымды имиджін құру. Түрлі қайырымдылық шаралар мен ұжымдық имидж қалыптастыруға жағдай жасау.

4. Көрме жұмыстарын ұйымдастыру. Ұжымдық үйлесімділік қалыптастыру.

5. Ұйым басшысына ақпарат құралдарында жарияланған материалдар бойынша шолулар дайындау. Қажет болған жағдайда ұжым, мекеме жайлы материалдар жариялап тұру.

6. Ұйым басшысының бұқара алдындағы сөздерді дайындау. Мәтін әзірлеу.

7. Ұйымның корпоративтік сайты жүргізу. Жекелеген ерекшеліктерді ескере отырып, материалдарды түс, бағыт бойынша үйлестіріп отыру.

8. Бейінді басылымдар мен журналистерге арнайы ақпараттарды дайындап беру, баспасөз құжаттамасын жүргізу.

Баспасөз қызметін бір ғана адам жүргізе алмайды. Сондықтан атқарылатын, орындалатын шаралардың ауқымы мен ерекшеліктеріне орай түрлі мамандарды жұмысқа тарту маңызды. Ол мамандардың атқаратын жұмыстары да әртүрлі.

Баспасөз хатшысы – бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара әрекеттесудің жалпы желісіне жауап беретін және компания басшысына қоғамдық кеңістікте оң имиджді сақтауға көмектесетін қоғаммен байланыс бөлімінің аға қызметкері. Баспасөз хатшысы пресс-релиздер, іс-шаралар туралы хабарландырулар және басқа PR мәтіндерін жазатын копирайтерлер жұмысына бақылау жасайды.

Спикер немесе копирайтер – ол компания басшысы мен топ-менеджерлерге арналған сөздердің мәтіндерін жазады.

PR-менеджер – қоғамда және БАҚ-та компанияның оң имиджін қалыптастыруға жауапты маман. PR-менеджерлері сыртқы және ішкі PR-менеджері деп бөлінуі мүмкін. Сыртқы PR-менеджерлері бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс істейді, баспасөз конференцияларын, дөңгелек үстелдер мен басқа да қоғамдық іс-шараларды ұйымдастырады. Ал, PR-менеджерлері корпоративтік мәдениетпен айналысады және ұжымдағы қауіп-қатерді, жетістіктер мен кемшіліктерді алдын-ала болжайды, бақылайды.

Жалпы білім беру жүйесіндегі, оның ішінде ЖОО-да баспасөз қызметінің бүгінгі даму және жұмыс бағыттарын бағамдау мақсатымен бақылау, салыстыру зерттеу тәсілдері жасалды. Қазақстандағы бірнеше жоғары оқу орындарындағы баспасөз қызметінің арнайы парақшаларын, сондай-ақ жекелей бақылау, түйіндеу арқылы ортақ қызметтері көрсетілді. Солардың бірі ретінде арнайы парақшасында берілген Астана медицина университетінің баспасөз қызметінің жұмыс барысы төмендегідей берілген.

– Университеттің даму стратегиясының мақсаттарына және осы ережеге сәйкес кешенді PR-компанияларды әзірлеу және жүзеге асыру.

– БАҚ-та университет әкімшілігі атынан пресс-релиздерді, мәлімдемелер мен хабарламаларды және басқа да ақпараттық материалдарды тарату және осы басылымдардың шығуын қадағалау.

– Теледидар мен радиода, сондай-ақ интернет-ақпараттық ресурстарда Университет туралы жарнамалық және ақпараттық материалдарды орналастыру.

– Бұқаралық ақпарат құралдарына басылымдар мен сюжеттер дайындауда көмек көрсету (БАҚ-қа консультативтік, ақпараттық және ұйымдастырушылық көмек көрсету, оның ішінде БАҚ-тың жазбаша және ауызша сұрауларына жедел жауаптар дайындау, БАҚ сұранысы бойынша фото және бейнематериалдар, сұхбат үшін спикерлер ұсыну).

– БАҚ үшін баспасөз конференцияларын, брифингтер мен басқа да іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу.

– Корпоративтік сайттың және әлеуметтік желілердегі корпоративтік парақшалардың ақпараттық мазмұнын үнемі қолдау және жаңарту.

– Бейнеконтент жасау және оны әртүрлі арналар, соның ішінде университеттің ресми сайты, әлеуметтік желілердегі парақшалары арқылы тарату. Бейне архивті қалыптастыру және жүргізу.

– Университеттің маңызды іс-шараларын фотосуретке түсіруді қамтамасыз ету, фотомұрағатты қалыптастыру және жүргізу.

– Байланыстың жаңа формалары мен арналарын енгізу.

– Университет әкімшілігіне ақпараттық жазбалар дайындау.

– Баспасөз қызметінің өкілеттігі шегінде университет басшылығына баяндамалар мен баяндамалардың мәтіндерін дайындау.

– Университеттің корпоративтік стилін құру, имидждік, ақпараттық және полиграфиялық өнімдерді әзірлеу бойынша жұмыстарды ұйымдастыру.

– Республикалық және халықаралық деңгейдегі ғылыми-білім беру конференцияларына, семинарларға, мастер-класстарға, дөңгелек үстелдерге университеттің құрылымдық бөлімшелерімен бірлесіп қатысу (<https://amu.edu.kz/departments/2395/>).

Бұл берілген баспасөз қызметінің даму бағыттары арқылы бірнеше осындай бағыттардағы баспасөз қызметіндегі ортақтастықтарды байқауға болады.

Қорытынды

Еліміздегі баспасөз қызметі туралы зерттеу жұмыстарының қатары өте аз кездеседі. Журналистика, бұқаралық ақпарат құралдары, және қоғаммен байланыс саласындағы еңбектерде берілген анықтамалармен ғана шектеледі. Ұсынылып отырған зерттеу мақала баспасөз қызметінің қалыптасу тарихына үңіле отырып, бүгінгі даму бағыттарын тану, маңызы мен қызметін анықтау міндетін қояды. Зерттеу нысаны ретінде бірнеше баспасөз қызметі жұмыстарына бақылау жұмыстары жүргізілді, өзара салыстырмалар жасалды.

Мемлекеттік мекемелерінде баспасөз қызметінің қалыптасуы осыдан он жыл бұрынғы кезеңмен салыстырғанда іргелі бетбұрыстармен толыққан. Сонымен қатар кез келген мекеменің баспасөз жұмысын тиімді жүргізуіне тікелей электрондық құжат айналымының оң нәтижелері де ықпал ететіндігіне көз жеткіземіз. Баспасөз қызметтерінің жұмыстары арқылы мекеменің даму бағыттары айқын түсіндіріліп, халықпен үздіксіз байланыс орнатудың да оңтайлы тұстары байқалады.

Баспасөз қызметінің жұмысын жетілдіру мақсатында республика тарапынан өткізіліп жатқан түрлі іс-шаралар қатыры да көрініс береді. Солардың бір ретінде «Жылдың үздік баспасөз қызметі» сынды аталымдардың марапатталуы оңды бастамалар қатарынан табылады. Сонымен қатар «Баспасөз қызметі белсенді жұмыс істейтін органдар» деген де мекемелер арасында ұйымдастырылған шаралар қатары көбеюде. Дегенмен, бұл тұста қоғамның көпшілігі әлі де болса басылымдар, электронды БАҚ, интернет жүйесін баспасөз қызметінің негізгі құрылымы ретінде танитындықтары байқалады. Сол себепті көп жағдайда ақпарат таратуда негізгі құрал болып отырған баспасөз қызметінің жұмысы еленбей жатады. Бұл орайда баспасөз қызметінің жұмысын жетілдіре отырып жұртшылыққа оңтайлы таныстыру жолдарын насихаттау қажеттілігі байқалады.

Сонымен қатар баспасөз жұмысының мемлекеттік деңгейде жандануымен оңтайлы жұмыстар атқаруы үшін жоғары оқу орындарында «қоғаммен байланыс» мамандықтары бойынша түлектер дайындаудың қатарын арттыру қажеттілігі қойылады. Баспасөз қызметтерінің жұмыс ауқымы тек бұқаралық ақпарат құралдарымен байланыс жасаумен ғана шектелмейтіндігін көруге болады. Қоғаммен тұрақты қарым-қатынастарды жолға қою мәселелерімен айналысатын баспасөз қызметтері мамандарының білім деңгейіне қойылатын талаптар да жоғары болмақ. Әдетте, бұл талаптардың қатарына жалпы гуманитарлық жақсы даярлықты, кәсіптік технология ерекшеліктерін білуді, ой-қиял кеңдігін, кісілермен жақсы қарым-қатынас жасай білуді, иландыра алу қабілетін, ұйымдастырушылық қабілеті жоғары, түсіністік таныта білуі, жазу қабілетін және басқаларды жатқызады. Дамыған елдердегі қоғаммен байланыс бойынша білім беру бағдарламаларында мамандардың мәтінмен жұмыс істеу негіздерін меңгеріп, шетел тілдерін, түрлі бұқаралық ақпарат құралдары технологияларын игерумен қатар менеджментті, экономиканы, әлеуметтануды, PR теориясын, психологияны, статистиканы және басқа пәндерді жақсы білуді талап етеді.

Сондықтан болашақ маман бұқаралық коммуникация және қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының негізгі проблемаларын, олардың қалыптасуы мен дамуының тетіктері мен заңдылықтарын, ақпарат, коммуникация және қоғамдық пікірді қалыптастыру саласындағы негізгі теориялар мен тұжырымдарды біледі, өзінің кәсіби қызметі барысында туындайтын проблемаларға талдау жасау үшін зерттеу әдістері мен тәсілдерін қолдана алатын болады.

Қазақстандағы баспасөз қызметінің оңтайлы тұстарын, атқаратын қызметтерін атап көрсету, баспасөз қызметінің тарихилық сипатын тану да үнемі назарда болуы тиіс деп білеміз.

Әдебиеттер тізімі

1. Сердәлі Б.К. Қазіргі баспасөз қызметі. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. –182 б.
2. Баспасөз хатшысының міндеті қандай? [Электронды ресурс] – URL: <https://malim.kz/article/society/baspasoz-xatsysynyn-mindet-i-qandai-19306> (қаралған күні: 02.03.2023).
3. Бакунина Н.Н. Пресс-служба в законодательных органах власти субъектов Российской Федерации. – Тюмень: Вектор Бук, 2008. –113 с.
4. Сердәлі Б.К., Ертасова Г.Қ. Баспасөз қызметін ұйымдастырудың жаңа тәсілдері мен модельдері. – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Хабаршысы. Журналистика сериясы. -2022. – №1(38). – Б.27-37.
5. Huseynov Said Sh. Public relations in science: possibilities for building up future's science communication (science journalism). Media & Mass Communication, Volume 3. – 2014. – 92-98 p.
6. Shipman Matt. Public relations as science communication. Journal of Science Communication. – 2014. №13(03). – 172-188 p. DOI: <https://doi.org/10.22323/2.13030305>.
7. Margot Lamme, Karla Gower. A methodological evaluation of public relations research. Public Relations Review. Volume 37, Issue 2. – 2011.– P.163-165.

8. Cui Meadows , Charles W. Meadows. The history of academic research in public relations: Tracking research trends over nearly four decades. *Public Relations Review*. Volume 40, Issue 5. – 2014. P.871-873.

9. Alvin Zhou. Exploring Public Relations Research Topics and Inter-Cluster Dynamics Through Computational Modeling (2010-2020): A Study Based on Two SSCI Journals. *Journal of Public Relations Research*. Volume 35, Issue 3. – 2023. – P.135-161.

10. Eyun-Jung Ki, Da-young Kang, Miaohong Huang. The state of health public relations: A content analysis of published articles in seven communication journals from 2001 to 2021. *Public Relations Review*. – 2022. – №5. – P.102-117.

11. Rees S. *Public Relations, Branding and Authenticity Brand Communications in the Digital Age*. (Book). New York, NY: Routledge, 2020. – 213 p.

12. Castillo-Esparcia A., Carretón-Ballester C., Pineda-Martínez P. Investigación en relaciones públicas en España. *Relaciones Públicas*. Vol. 29. – 2020. – P.111-124.

13. Белковский С.В. Организация работы пресс-службы. Уч-метод комплекс по курсу «Организация работы пресс службы». – Новгород: Нижегородского университета, 2005. – 207 с.

14. Невоструева А.Ф. Институционализация пресс-служб в системе связей с общественностью. – Екатеринбург: Наука, 2009. – 301с.

15. Полоницкий П.А. Пресс-службы и гласность. – Москва:Юридический Мир, 2006. – 306 с.

16. Бекболатұлы Ж. Қазіргі заманғы баспасөз қызметі. Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2019. – 106 б.

References

1. Serdali B.K. Kazirgi baspasoz kyzmeti [Current press service]. Tutorial (Kazak universiteti, Almaty, 2016, 182 p.). [in Kazakh]

2. Baspasoz hatshysynyn mindeti kandaj? [What is the duty of the press secretary?] [Electronic resource] – URL: <https://malim.kz/article/society/baspasoz-xatsysynyn-mindeti-qandai-19306> (Accessed: 02.03.2023).

3. Bakunina N.N. Press-sluzhba v zakonodatel'nyh organah vlasti sub'ektov Rossijskoj Federacij.[Press service in the legislative authorities of the constituent entities of the Russian Federation]. (Tyumen': Vektor Buk, 2008. –113 s.). [in Russian]

4. Serdali B.K., Ertasova G.K. Baspasoz kyzmetin yjymdastyrudyn zhana tasilderi men model'deri. [New ways and models of press service organization]. (L.N.Gumilev atyndagy Euraziya yltyk universitetinin Habarshysy. Zhrnalistika seriyasy. – 2022. – №1(38). – B.27-37.). [in Kazakh]

5. Huseynov Said Sh. Public relations in science: possibilities for building up future's science communication (science journalism). (*Media & Mass Communication*, Volume 3. – 2014. – 92-98 p.).

6. Shipman Matt. Public relations as science communication. *Journal of Science Communication*. (2014. №13(03). – 172-188 p. DOI: <https://doi.org/10.22323/2.13030305>).

7. Margot Lamme, Karla Gower. A methodological evaluation of public relations research. *Public Relations Review*. (Volume 37, Issue 2. – 2011.– R.163-165.).

8. Cui Meadows , Charles W. Meadows. The history of academic research in public relations: Tracking research trends over nearly four decades. *Public Relations Review*. (Volume 40, Issue 5. – 2014. P.871-873.).

9. Alvin Zhou. Exploring Public Relations Research Topics and Inter-Cluster Dynamics Through Computational Modeling (2010-2020): A Study Based on Two SSCI Journals. *Journal of Public Relations Research*. (Volume 35, Issue 3. – 2023. – P.135-161.).
10. Eyun-Jung Ki, Da-young Kang, Miaohong Huang. The state of health public relations: A content analysis of published articles in seven communication journals from 2001 to 2021. *Public Relations Review*. (2022. – №5. – R.102-117.).
11. Rees S. *Public Relations, Branding and Authenticity Brand Communications in the Digital Age*. (New York, NY: Routledge, 2020.).
12. Castillo-Esparcia A., Carretón-Ballester C., Pineda-Martínez P. Investigación en relaciones públicas en España. *Relaciones Públicas*. (Vol. 29. – 2020. – R.111-124.).
13. Belkovskij S.V. [Organization of the work of the press service]. Uch-metod kompleks po kursu «Organizaciya raboty presssluzhby». (Novgorod: Nizhegorodskogo universiteta, 2005. – 207 s.). [in Russian]
14. Nevostrueva A.F. [Institutionalization of press services in the public relations system]. (Ekaterinburg: Nauka, 2009. – 301s.). [in Russian]
15. Polonickij P.A. [Press services and publicity]. (Moskva: YUridicheskij Mir, 2006. – 306 s.). [in Russian]
16. Bekbolatly Zh. Kazirgi zamangy baspasoz kyzmeti. [Modern press service]. (Almaty: Қазақ университети, 2019. – 106 б.). [in Kazakh]

Zh.A. Omarkhan¹, B.Zh. Karimova²

¹*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

²*Ilyas Zhansugurov Zhetysu University, Taldykorgan, Kazakhstan*

Establishment and development of press services in state institutions in Kazakhstan

Abstract. The article focuses on the formation and development of the press service, one of today's spheres of information dissemination. The press service is a link between the government and the people, between an institution (organization) and society. The press service of any institution (organization) strives to spread information in society, have a positive opinion in society, build mutual understanding with people, and advertise their work. This is probably why the need for a press service is so great.

Despite the fact that the tasks and goals of the press service in the field of public relations have been clarified today, the relevance of the study indicates that comprehensive theoretical research in the work of the press is still insufficient. The creation of the press service necessitates the replenishment of a number of research papers with theoretical material.

The purpose of the research article is to conduct an examination of the formation and modern directions of development of the press service in public institutions in Kazakhstan. In particular, the main works and activities of the press service of state institutions were analyzed according to comparative indicators. The necessity and methodology of the press service of state institutions were announced.

The practical significance of the scientific article will undoubtedly contribute to the acquisition of information about the peculiarities of the development of the press service abroad, including scientific papers, reference books, development directions, and activities of the press service.

Keywords: Kazakhstan, information, press service, state institution, directions of development, PR, history of formation.

Ж.А. Омархан¹, Б.Ж. Каримова^{2*}

¹*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан*

²*Жетысуский университет имени И.Жансугурова, Талдыкурган, Казахстан*

Становление и развитие пресс-службы в государственных учреждениях Казахстана

Аннотация. Статья посвящена направлениям становления и развития пресс-службы, одной из современных отраслей распространения информации. Пресс-служба является связующим звеном между властью и народом, между учреждением (организацией) и обществом. Пресс-служба любого учреждения (организации) стремится донести информацию до общества, получить положительное мнение в обществе, установить взаимопонимание с людьми, рекламировать свою работу. Именно поэтому существует большая потребность в пресс-службе. Сегодня, хотя задачи и цели пресс-службы в рамках связей с общественностью уточнены, тот факт, что все еще отсутствует комплексное теоретическое исследование работы прессы, показывает актуальность исследования. Необходимо дополнить ряд научно-исследовательских работ по формированию пресс-службы теоретическими материалами.

Цель исследовательской статьи – рассмотреть вопросы становления пресс-службы в государственных учреждениях Казахстана и современные направления развития. В частности, были дифференцированы и проанализированы с использованием сравнительных показателей основные виды деятельности и направления пресс-службы в государственных учреждениях. Были отмечены необходимость и методические аспекты деятельности пресс-службы государственных учреждений. Было отмечено, что эффективная работа пресс-секретарей в государственных учреждениях и организациях оказывает особое влияние на конкуренцию и имидж.

Практическая значимость научной статьи заключается в том, что особенности развития пресс-службы за рубежом и работы ученых-исследователей помогают получить информацию о работе и направлениях развития пресс-службы через научные труды, справочники, виды услуг.

Ключевые слова: Казахстан, информация, пресс-служба, государственное учреждение, направления развития, PR, история становления, журналистское исследование, СМИ, жанр, цифровое развитие, методы, информация, факт.

Автор туралы мәлімет:

Омархан Ж.А. – Баспасөз және баспа ісі кафедрасының докторанты, Журналистика және саясаттану факультеті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Каримова Б.Ж. – PhD доктор, І.Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, журналистика және ақпарат білім беру бағдарламасының оқытушы-дәріскері, Талдықорған қ. Қазақстан.

Omarkhan Z.A. – Ph.D. student, Department of Printing and Publishing, Faculty of Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Karimova B.Zh. – PhD doctor, Ilyas Zhansugurov Zhetysu University, teacher-lecturer of the journalism and information education program, Taldykorgan, Kazakhstan.