

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. Л.Н.ГУМИЛЕВА  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ И ПОЛИТОЛОГИИ  
КАФЕДРА ПОЛИТОЛОГИИ**



**ӘЛЕУМЕТТІК ЖӘНЕ САЯСИ  
ҮДЕРІСТЕР: ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕН  
ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ**

**VII-Халықаралық ғылыми-практикалық  
конференция материалдары  
13 сәуір 2017 ж.**

---

**СОЦИАЛЬНО – ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
Материалы VII- Международной научно-  
практической конференции  
13 апреля 2017 г**

**Астана, 2017**

УДК 327(063)  
ББК 66.4 (0)  
С 69

**Редакционная коллегия:**

Доктор политических наук, профессор **Р.А. Нургазина**, Казахстан  
Доктор политических наук, профессор **Е.В.Матвеева**, Россия  
Кандидат философских наук, доцент **М.Я.Мацевич**,  
Республика Беларусь

**С 69 Социально-политические процессы: проблемы и перспективы.**

Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. (13 апреля 2017 г) – Астана, ЕНУ им.Л.Н.Гумилева.

ISBN 978-601-301-957-4

Сборник материалов международной научно-практической конференции содержит тезисы докладов преподавателей, докторантов PhD, магистрантов в области политических наук. Основная тематическая направленность дискуссионных вопросов отражает аспекты реализации социальной политики государства в условиях глобализации, особенности стратегического приоритета модернизации общества в вопросах человеческого капитала и новые форматы социально-коммуникативных и инновационных процессов.

В докладах сохранен авторский стиль. Материалы сборника предназначены для широкого круга научной и научно-педагогической общественности, могут быть использованы в теории и практике прикладной политологии и международных отношений.

*Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение закона об интеллектуальной собственности несут авторы публикаций.*

ISBN 978-601-301-957-4

УДК 327(063)

ученых снижается, и, соответственно, растет вероятность использования властью экспертов с символической точки зрения, формируется «модель оплаченного результата», когда экспертов приглашают для наукообразного обоснования уже принятых решений. Одновременно в условиях роста авторитарных тенденций и выстраивания жесткой вертикали власти региональные и местные руководители ориентируются скорее на мнение о них сверху, чем на мнение жителей этих регионов об их способности решать общественно-политические и экономические проблемы региона. Поэтому и потребность в использовании инструментальной функции экспертного знания у них существенно снижается.

## Литература

1. Сунгуров А. Ю. Как возникают политические инновации: фабрики мысли и другие институты-медиаторы. – М.: Политическая энциклопедия, 2015, 384 с.
2. Балаян А. А., Сунгуров А. Ю. Фабрики мысли и экспертные сообщества. – СПб. Алетейя, 2016, 240 с.
3. Беляева Н. Ю. Аналитические сообщества в публичной политике: глобальный феномен и российские практики. – М.: Российская ассоциация политической науки; Российская политическая энциклопедия, 2013, 285 с.
4. Зайцев Д. Г. Аналитические центры как субъекты политического процесса: автореф. дис... канд. политических наук. – М.: ГУ-ВШЭ, 2009, 24 с.
5. Аналитические сообщества как глобальный феномен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rcit.su](http://www.rcit.su) (дата обращения: 16.02.2017).

*Копежанова Д.Е.,  
доктор Ph.D, доцент кафедры политологии  
ЕНУ им.Л.Н.Гумилева  
г.Астана, Казахстан*

## **ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТТІК ОРГАНДАРЫНДАҒЫ САЯСИ PR– ДЫҢ ҚЫЗМЕТ ЕТУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

### **Abstract**

The study of political PR in Kazakhstan is characterized by a stable political system and the importance of democratic reforms. One-way communication in the political system gradually turns into a bilateral relationship, creating a dialogue between the public, state authorities and

the tasks of an open form of government. The future of these relationships largely depends on the stability of the political and social system of Kazakhstan.

**Key words:** political PR, communication, political system, election campaigns

Саяси PR бүгінде мемлекеттік құрылымдар мен қоғамдық ұйымдар қызметінің аса маңызды салаларының қатарына жатады. Ал PR бөлімдері мен PR агенттіктердің орнына мемлекеттік қызметтерде баспасөз қызметтері мен баспасөз орталықтары алмастырады. Қазақстан мемлекеттік билік органдарында қоғаммен байланыс бөлімдерінің, баспасөз қызметтерінің, баспасөз орталықтарының ашылуы мемлекеттік органдардың еліміздің белсенді саясатын жүргізуіне байланысты болды. Сондай-ақ азаматтық қоғам мен демократияның құрылуын әрі қарай дамытуда маңызды элементтердің бірі саяси PR - ды дамыту болып табылады. Өйткені :

1. Қоғаммен байланыс қызметтері оңтайлы басқару шешімдерін қабылдауға жағдай жасайды, шиеленістік жағдайларды реттеу бағдарламаларын реттеуді өз қолына ала алады, көп жағдайда қабылданған шешімдердің белсенді жүзеге асуына септігін тигізеді
2. Саяси PR-мемлекетті басқаруды тиімді жүзеге асыру институттарының бірі ретінде демократияның дамуына әсер етіп, қоғамдастықтың ақпараттануының кеңеюіне септігін тигізеді.

Біздің пайымдауымызша, саяси PR-дың дамуы үкімет пен билік органдары тарапынан қабылданатын шешімдердің тиімділігіне әкеледі. PR-ды дұрыс пайдалану мемлекеттік саясаттың табысты жүзеге асуы мен қалыптасуына әкелуі мүмкін. Сондықтан да саяси PR демократиялық мәдениет деңгейін көтереді, халық пен билік арасындағы коммуникативті көпір болады, қоғамның басты құндылықтарын ұйыстырады, қоғамдық пікірді қалыптастырады, қоғам мен мемлекет арасындағы кері байланысты орнатады, белгілі бір жағдайларда қоғаммен байланыс мемлекеттің легитимдігін арттырады және қолдау жасайды, саяси PR анағұрлым тиімді саяси шешімдердің қабылдауына өз үлесін қоса алады, PR қызметтері саяси жүйенің тұрақтылығын қамтамасыз етуде және барлық қоғамның тұрақты дамуында маңызды роль ойнауы мүмкін.

Елбасы Н.Ә. Назарбаев осы орайда қоғаммен байланыстың қоғамдағы реформаларды жүргізу барысындағы маңыздылығын да

ерекше атап көрсетеді: «Қоғамды реформалау ісі насихатшылар мен идеологтардың, оның ішінде, бірінші кезекте мемлекеттік қызметшілердің терең білімдер топтарына сүйенуі қажет. Олар қалың бұқараға, әсіресе жергілікті халыққа экономикалық стратегия мен тактиканы белсенді түсіндіріп, жеткізушілер болуға тиіс. Біліксіз, кертартпа көңіл күйдегі шенеуніктерді озық ойлы, саясаттану, әлеуметтану, психология негіздерін білетін, сенімі берік және қажырлы, терең пайымдауға және өз бетінше баға беруге қабілетті мамандар, нарықты басқара білетін адамдар ауыстыруға тиіс. Қоғамның саяси мәдениетін қалыптастыруға, оның прогресс жолымен дамуына көмектесетін имандылық идеяларын жүзеге асыруға білім беру жүйесі, ғылым, мәдениет, шығармашылық ұйымдары, бұқаралық ақпарат құралдары қатысуға тиіс» [1, 120].

Саяси PR ең алдымен мемлекетті басқаруды тиімді жүзеге асыру институттарының бірі ретінде демократияның дамуына әсер етіп, қоғамдастықтың ақпараттануының кеңеюіне септігін тигізеді. Саяси PR бүгінде мемлекеттік құрылымдар мен қоғамдық ұйымдар қызметінің аса маңызды салаларының қатарына жатады. Биліктегі реформалау процестері мен осы мәселелерді шешу жолдары посткеңестік мемлекеттерде бірдей болды.

Қазақстанда бұл тақырып жеткілікті деңгейде зерттелмеген, қоғаммен байланысты жарнамамен, сайлаумен, насихат, саяси технологиямен, тіпті қара пиармен де шатастырып жатады. Ал PR бөлімдері мен PR агенттіктердің орнына мемлекеттік қызметтерде баспасөз қызметтері мен баспасөз орталықтары алмастырып отыр. Сондықтан да, осы саланы зерттеушілердің бірі ретінде мемлекеттік органдарда қазақстандық саяси жүйені, идеологияны, басқа да ерекшеліктерді ескере отырып, мемлекеттік органдарда жекелеген PR департаменттерін құруға, одан әрі дамып, қалыптасуына үлес қосу. Қазақстан мемлекеттік билік органдарында қоғаммен байланыс бөлімдерінің, баспасөз қызметтерінің, баспасөз орталықтарының ашылуы мемлекеттік органдардың еліміздің белсенді саясатын жүргізуіне байланысты болды. Ал бүгінде азаматтық қоғам мен демократияның құрылуын әрі қарай дамытуда маңызды құралдардың бірі PR-ды дамыту болып табылады. Өйткені PR қызметтері сенімді түрде Қазақстанның барлық кеңістігіне кең таралуда. Бұл саланың жалпы жағдайы тікелей елдің саяси, экономикалық даму деңгейімен байланысты, демократиялық өзгерістердің қарқындылығына, әлемдік ақпараттық кеңістікке енуімен байланысты болады, себебі онда

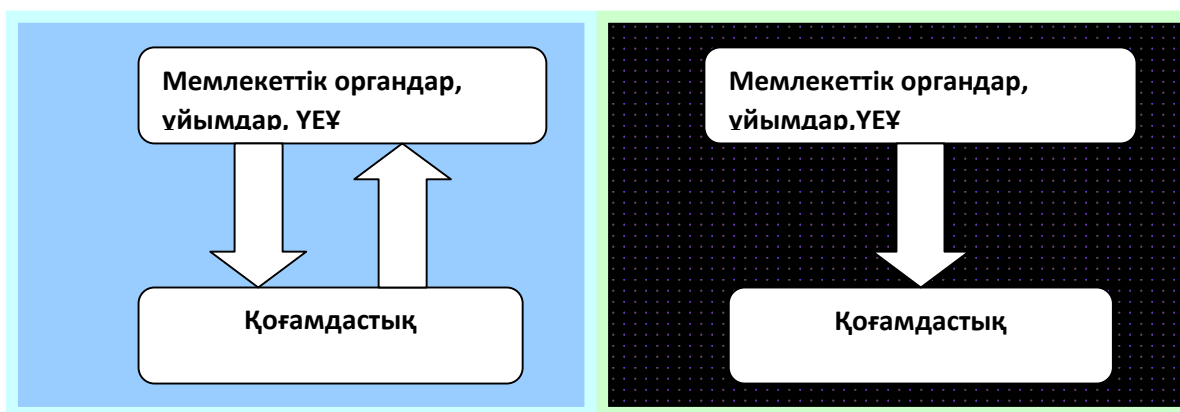
мемлекеттік институттардың немесе нақты бір тұлғаның игілігі тікелей «кері байланысқа» - олардың қоғаммен байланысына тікелей тәуелді болып табылады.

Мәселен, зерттеуші Н.Қалиевтің айтуынша, PR – мемлекеттік орган мен жұртшылықтың, қоғамдық топтардың арасында өзара түсіністікті, ынтымақтастық пен келісімді қамтамасыз ететін басқарудың аса маңызды әрі өскелең функциясы. Ол әртүрлі жолдармен, әдістермен, алайда негізінен бұқаралық ақпарат құралдары арқылы жүзеге асырылады. Ол – сауатты, икемді, шындыққа негізделген, әрі дер кезінде берілген толық ақпарат арқылы өзіне жұртшылықты қаратып, қызықтырып, бүкіл қоғаммен үйлесімділікке жетудегі өнер және ғылым. Әрине, бұл жерде оның басты қызметі мемлекет пен жұртшылық арасындағы байланыс орнату екенін айта отырып, оның әрқашан да шындыққа негізделетіні туралы толығымен келісе алмаймыз. Себебі кейде саяси PR жасауда асыра сілтеушіліктер де кездесетін білеміз [2, 272].

Ал зерттеуші С.Рысбаева болса, «демократияланып келе жатқан, қазақстан қоғамы мемлекеттік қызметте PR жүйесін дер кезінде енгізуі және дамытуы керек. Өйткені мемлекеттіліктің және тәуелсіздіктің күшеюінде, елдің жаңаруында қоғаммен байланыстың ролі сақталып қала бермек. Яғни мемлекеттік аппарат пен қоғаммен байланыс мәні де төмендемейді. Мемлекеттік қызметті қалыптастыру барысында мемлекеттік билік пен қоғаммен байланыстың заман талабына сай, ХХІ ғасырдағы қоғамдық жағдайларға төтеп беретін және өтпелі кезеңнің шынайылықтарына жауап беретін саяси PR үлгісін жасау керек», - деп тұжырымдайды [3, 19].

Әрине, зерттеу барысында саяси PR мемлекеттік құрылымдарда даму арқылы жариялық саясатқа әсер ететінін және саяси PR биліктің бөлінбес коммуникативті аспектісі болып табылады деп өз ойымызды қосуға болады. PR арқылы біз сенім мен өзара түсіністікті тудырамыз, сондай - ақ билік пен қоғам арасында диалогты құрамыз. Осыған орай, саяси PR - дың мемлекеттік басқарудағы және саясаттағы маңызды қызметтері ретінде: халықты Елбасының, Үкіметтің, орталық және жергілікті билік органдарының бастамалары, талқыланып, қабылданып жатқан заң жобалары жайлы, Үкімет қаулылары туралы уақытылы, жедел және үнемі ақпараттандырып отыратын қоғаммен байланыс бөлімдерімен тығыз байланыс орнату; қоғамдастықты мемлекеттік органдардың қызметтері, олардың алдағы жоспарлары мен жеткен жетістері туралы

жиі ақпараттандырып отыру; Басшылықты жүргізіп отырған саясатқа байланысты қоғамдастықтың қазіргі және алдағы уақытта мүмкін болады ау деген көзқарастары, ой пікірлері жайлы хабардар ету; Елдің жағымды имиджін қалыптастыруға байланысты ұйымдасқан және тәжірибелік іс шаралар кешенін жүзеге асыру. Мәселен, саяси PR – дың жоғарыда айтылғандардан басқа маңызды қызметтерінің бірі екі жақты байланыс орнату деп анықтаған болсақ, біздің мемлекеттік құрылымдар мен қоғамдастық арасындағы қатынас басқаша сипатты көрсетіп отыр.



1-сурет –Идеалды түрдегі және бүгінгі күнгі біздің еліміздегі мемлекет пен қоғамдастық арасындағы жүзеге асып отырған қарым – қатынас түрі

Суретте көрсетілгендей, идеалды түрде мемлекеттік органдар мен қоғамдастық арасында екі жақты кері байланыс болса, шынайы жағдайдағы көрініс алып отырған үдеріс бойынша жоғарыдан төмен болатын бір жақты байланыстың кең таралып отырғанын байқаймыз.

Қазіргі Қазақстанда мемлекет пен қоғам арасындағы қарым-қатынастар шынайы түрде басқарушы мен бағынушы ретінде қалып отыр. Бұл жағдайда PR да саяси жүйеге қарай өз қызметінен сәл ауытқып, мемлекеттің басқарушы құрылым ғана емес, адамдар арасындағы әлеуметтік, саяси, экономикалық қатынастарды реттеуші құрылым ретінде де орын алуына әсер етеді. Сондықтан да, осы орайда қоғам мен мемлекет арасындағы коммуникация стратегиясы өзара әрекеттестік принципіне ғана негізделу арқылы өз қызметін жалғастыра береді. PR - мемлекетті басқаруды тиімді жүзеге асыру институттарының бірі ретінде демократияның дамуына әсер етіп, қоғамдастықтың ақпараттануының кеңеюіне септігін тигізеді. Сонымен қоса, азаматтық қоғамды қалыптастыру мен демократияның құрылуы барысындағы маңызды элементтерінің бірі

осы саяси PR - ды дамыту болып табылады. Әкімдіктер мен ведомстволардың баспасөз қызметтерінің есігі журналистерге, қоғаммен байланыс орнатушыларға көбіне «жабық» болуы себебі бұқаралық ақпарат құралдары мен жұртшылық тарапынан әділ сынға ұшырауда. Мұның себебі, біздің әкімшілік аппаратымыздың жаңа талаптарға әлі де толық икемделе қоймағандығында, кеңестік насихаттық құралдардан мұраға қалған халықпен жұмыс істеудегі формализм, немқұрайлықтың әсері деп білеміз.

Бүгінде қоғаммен байланыс басқарма-бөлімдері облыстық және қалалық әкімшіліктерде де кездеседі. Бірақ өкінішке орай, ол әкімшіліктердегі қоғаммен байланыс үшін жауап беретін қызметкерлер өзінің қызметтік функциясын айқын түсінбейді. Олардың арнаулы кәсіби білімі жоқ. Себебі бізде бұл мамандық та, қоғаммен байланыс ғылымы да кеңінен ашылып, әлі де болса кең тарай қоймаған кезі болып табылады.

Қазақстан Республикасы мемлекеттік мекемелері мен органдарындағы баспасөз қызметі органдарының бүкіл қызметі депутаттардың брифингтері мен баспасөз мәслихатын ұйымдастырып берумен, сондай-ақ ірі бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдерін аккредитациялық тіркеуге алып, оларға алдағы күні қаралатын заң жобалары мен шағын пресс-релиздер таратумен шектеледі деп есептейді. Ал мемлекеттік мекемелері мен органдарындағы атқарылып жатқан жұмыс туралы қоғамдық пікірді жинау, талдау, болжау жасау қызметтерін басқа бөлімдер атқаруға тиіс деп ойлайды. Мемлекеттік органдардағы саяси PR-дың тиімділік принциптеріне тоқталып өтсек, оларды былайша сипаттауға болады:

1. Министрліктердің немесе басқа мемлекеттік мекеменің ақпараттық саясатының нақты мақсаттарын анықтау.
2. Мемлекеттік органның бағдарламаларына сәйкес келетін ақпараттық саясатты негіздеу.
3. Мемлекеттің мүдделеріне қайшы келмейтін саяси PR-кампанияны жүргізу.
4. БАҚ-қа ұсынылатын мәліметтердің шындығына қатаң бақылау жүргізу.
5. Қоғамдық пікірге әсер етуге қабілетті арнайы PR-технологияларын пайдалану.

Осы тиімділік принциптерін белгілей отырып, бүгінде мемлекеттік PR -бөлімдері мынадай қызметтермен айналысып отыр: БАҚ арқылы ұйымның іс-әрекеті туралы азаматтарды жедел әрі



толық ақпараттандыру, БАҚ үшін ресми мәліметте, өтініш-арыздар мен басқа ақпараттық материалдарды дайындау жіне оларды сақтау, БАҚ-қа ұйым қызметі мен шешімі жайында авторлардың, сарапшылардың, өзге мамандардың түсініктерін беру, ҚР Заңына сәйкес редакциялық тапсырысты орындайтын журналистерді тіркеуден өткізу, басылым, телебасылым үшін мәліметтерді жинақтау, дайындада журналистерге көмек көрсету, БАҚ үшін баспасөз-бюллетеньдер, баспасөз-мәлімдемелерін, шолу мақалаларын және басқа да қосымша ақпарат даярлау, баспасөз мәжілістерін, брифингтер мен ресми кездесулер өткізу, ұйымға қатысты БАҚ материалдарын талдау (мониторинг жүргізу), керек жағдайда түсініктеме хаттары мен теріске шығаратын ақпарат тарату.

Осындай қызмет түрлерін атқарып отырған ҚР мемлекеттік органдарындағы қоғаммен байланыс орнататын бөлімдер мен баспасөз қызметтерінің атауларының алуан түрлілігін байқаймыз.

PR-бөлімімен қоса, баспасөз орталығы ақпараттық-сараптамалық бөлім, азаматтармен байланыс орнату бөлімі, фотобөлім мен жеке мерзімді басылымдар редакциясы қызмет етеді. Осындай айырмашылықтар мен атқаратын қызметтері, саяси PR туралы пікірлерін біліп, жан – жақты зерттеу мақсатында қоғаммен байланыс мамандарымен интервью жүргізілген болатын. Сараптамалық сұхбатқа қатысқан Қазақстанның қоғаммен байланыс бөлімдері мен агенттіктерінің басшылары мен бас сарапшыларының саяси PR жайлы пікірлері мен ұсыныстарына зерттеу жасалды.

ҚР мемлекеттік органдардағы PR қызметтері мен баспасөз қызметтерін бағалайтын болсақ, олар әртүрлі сипатта болып келеді. Тіпті барлық мемлекеттік органдардағы бөлім атауының өзі әртүрлі болып келеді. Қандай да бір мемлекет, соның ішінде Қазақстан Республикасының билігі нәтижелі жүзеге асуы оның ақпаратпен қамсыздандырылуына байланысты болып табылады. Саяси құрылымның позитивті қызмет атқаруы, саяси сананың дамуы, саясаттың объектісі мен субъектісінің өзара әрекеттесуі ақпаратсыз мүмкін емес. Зерттеулерден байқағанымыздай, саяси PR мекеме мен қоғамдастық арасындағы тығыз қарым-қатынас, екі жақты байланыс орнату, қызметі жайлы ақпаратты көпшілікке тарату болып отыр. Осы ретте біз PR бөлімі мен баспасөз қызметтерінің атқаратын қызметтерін салыстырмалы талдау негізінде көрсету арқылы қорытындылайтын боламыз.

Баспасөз қызметі	PR бөлімі
<p><b>Басты мақсаты</b>– БАҚ – пен байланыс орнату, журналистерді аккредитациялау, басты мақсатты қоғамды тек ақпараттандыру.</p> <p><b>Ерекшелігі:</b> Баспасөз қызметі басшысы тек мекеме басшысы алдында ғана жауапты болуы керек, негізінен баспасөз қызметі PR бөлімінің бір бөлігі болып табылады.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ақпараттық кампанияларды ұйымдастыру мен жүзеге асыру;</li> <li>- БАҚ – пен жұмыс, журналистердің сауалдарына жауап беру, баспасөз конференцияларын, брифингтерді ұйымдастыру, телеэфирлер мен радио бағдарламаларға мәтіндер дайындау;</li> <li>- пресс турларды ұйымдастыру, өз қызметі туралы толық және жедел ақпаратпен қамтамасыз етеді;</li> <li>- аккредитация өткен журналистердің жұмысы тиімді болуы үшін қажетті жағдай жасайды;</li> <li>- таратылатын бұқаралық ақпарат құралдары материалдарына шолу;</li> <li>- күнделікті болып жатқан оқиғаларға мониторинг жасау;</li> <li>- пресс – релиздер мен басқа да ақпараттық материалдарды дайындау;</li> <li>- электронды және баспа ақпарат құралдарымен бірлесіп медиа жобаларды жүзеге асыру;</li> <li>- ұйым қызметі жайлы БАҚ–та жарияланған ақпараттарға талдау</li> </ul>	<p><b>Басты мақсаты</b>- жайлы қоғамдық саяси климатты жасау, екі жаққа да тиімді байланыстарды, мемлекеттік саясатты жүргізу, коммуникативті потенциалдықолдану механизмдерін оңтайландыру;</p> <p><b>Ерекшелігі:</b> PR бөлімінің басшысы тек мекеме басшысы алдында ғана жауапты болуы керек, баспасөз қызметтері бөлімнің тек бір бағыты ғана.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мақсатты түрде ұйымның жағымды имиджін құру мен бекітуге байланысты коммуникациялық бағдарламаларды жасау және жүзеге асыру, себебі кездейсоқ ақпарат жағымсыз имидждің қалыптасуына әкееледі.</li> <li>- мемлекеттік органдардың саясаты мен жүргізген жұмыстарының нәтижелері туралы халықты ақпараттандыру;</li> <li>- ұйымның сайты ақпаратпен қамтамасыз ету және дамыту;</li> <li>- ұйымның коммуникациялық стратегиялары мен PR жоспарларын жасау;</li> <li>- корпоративті мәдениетті қалыптастыру мен ұйымішілік мәдениетті, атмосфераны жақсарту;</li> <li>- мекемедегі мәдени шараларды ұйымдастыру;</li> <li>- ақпаратты жедел алу мақсатында ұйым басшысының БАҚ өкілдерімен кездесуін ұйымдастыру (спичрайтинг);</li> <li>- ұйым басшысының сөйлейтін сөздерін дайындау;</li> <li>- қоғамдық спикерлерді қоғаммен байланыс орнатуға, өзін өзі ұстауға,</li> </ul>

<p>жасау;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пресс – досьені жүргізу;</li> <li>- БАҚ өкілдеріне мекемеге қатысты сұрақтар бойынша кеңес беру;</li> <li>- Баспасөз хатшыларының жұмысын реттеп отыру;</li> <li>- Қоғаммен байланыс бөлімін қажетті ақпаратпен қамтамасыз ету;</li> <li>- Журналистермен кездесуді ұйымдастыру</li> </ul>	<p>сөйлеу және қарым–қатынас мәдениетіне үйрету;</p> <p>мақсатты аудиториялармен және аналитиктермен кері байланысты орнату;</p> <p>ұйымның ақпараттық саясатын жүргізу, қабылданған шешімдерді түсіндіру;</p> <p>PR мамандарының біліктілігін көтеру шаралары мен семинарларды ұйымдастыру;</p> <p>Мерекелік шараларды, құттықтауларды ұйымдастыру;</p> <p>Мекеменің жеке таңбасы, жарнамалық, сувенирлік өнімдерін дайындау;</p> <p>Түсіндіру шараларын жасау, үгіт топтары;</p> <p>Мемлекет қызметтерінің әртүрлі бағыттарын ақпараттық қамтамасыз ету, мемлекеттік саясатқа ақпараттық қолдау жасау;</p> <p>Қоғамдық пікірді қалыптастыру және зерттеу;</p> <p>Ынтымақтастық пен әлеуметтік серіктестік тұжырымдық үлгілерін, акцияларды, PR кампанияларды, шараларын жасау;</p>
---	--

### Қолданылған әдебиеттер

1. Назарбаев Н.Ә. Тәуелсіздік белестері. – Алматы: Атамұра, 2003.- Б.120.
2. Қалиев Н. Қазақстан Парламентаризмі: саяси талдау. Алматы: «Қазақстан» баспа үйі», - 2003. -272 б.
3. Рысбаева С.Ж. Особенности формирования политического PR в Республике Казахстан (политологический анализ) Диссертация на соискание ученой степени канд. полит. наук, Алматы, 2008. – 145 с.