

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Л.Н.ГУМИЛЕВА**

L.N.GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY

Журналистика және саясаттану факультеті

Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы

**«ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫ: КЕШЕ, БҮГІН,
ЕРТЕҢ»**

халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция

МАТЕРИАЛДАРЫ

2018 жылғы 14 желтоқсан

МАТЕРИАЛЫ

международной научно-практической конференции

**«КАЗАХСКАЯ СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ВЧЕРА,
СЕГОДНЯ, ЗАВТРА»**

14 декабря 2018 года

MATERIALS

of International scientific and practical conference

**KAZAKH SPORT JOURNALISM: YESTERDAY, TODAY AND
TOMORROW**

Астана 2019

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

Қ 17

Жауапты редактор: PhD доцент И.С.Рыстина

Құрастырушылар: Аға оқытушы Д.Дүйсебай, , оқытушы

А.Қалдыбекова, оқытушы Ш.Шәкенова

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең. Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары. 2018 жылғы 14 желтоқсан /құраст.: Д.Дүйсебай, А.Қалдыбекова, Ш.Шәкенова – Астана: Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019. - 187 б.

Жинаққа «Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары - Қазақ спорт журналистикасының даму кезеңдері, интернеттегі спорт тақырыбы, спорттағы PR, қоғаммен байланыстың өзекті мәселелері туралы мақалалар енгізілді. Ғылыми жинақта жарық көрген материалдар БАҚ қызметкерлері мен ғалым-зерттеушілерге, PR-мамандарына, журналистерге, оқытушылар мен студенттерге, сондай-ақ көпшілік оқырманға арналған.

ӘОЖ 070 (063)

КБЖ 76.01

© Л.Н.Гумилев атын. ЕҰУ, 2019

ISBN978-601-337-114-6

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Мазмұны

ДҮЙСЕБАЙ Дүрәлі ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ТҮБІ ӘРІДЕ ЖАТЫР	4
РЫСБЕК Қыдырбек ҚАЗІРГІ ЖУРНАЛИСТЕРДІҢ СӨЗ САПТАУЫ ЖӘНЕ ІЗДЕНІСІ ТУРАЛЫ.....	9
АХМЕТОВ Марат СПОРТ САЛАСЫН НАСИХАТТАУҒА МЕМЛЕКЕТТІК КӨЗҚАРАС.....	12
САСАЕВ Нұрғазы ИНТЕРНЕТТЕГІ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ	14
ҚАЙРАТҰЛЫ Б. ҰЛТТЫҚ СПОРТ ТҮРЛЕРІНІҢ ТАРИХИ-РУХАНИ МАҢЫЗЫ ЖӘНЕ ҚАЗІРГІ ҚҰНДЫЛЫҒЫ	16
ТАЙЖАН Бақтияр СПОРТТАҒЫ КӘСІПҚОЙЛЫҚ ЖУРНАЛИСТКЕ ДЕ КЕРЕК	27
ПЯТИБРАТОВ Анатолий В РАНГЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СТАТУСА.....	30
ЫСҚАҚ Динара ҚАЗІРГІ ҚАЗАҚ СПОРТ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНДАҒЫ PR.....	34
ҚАЛДЫБЕКОВА Айдана Жарқынбекқызы СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	39
ЗУРАШЕВ Мереке «SPORT» («ҚАЗАҚ СПОРТЫ») ГАЗЕТІНДЕГІ ЖАНРЛЫҚ БОЛМЫС	44
СҰЛТАНБЕК Назерке ҚАЗАҚСТАН БАРЫСЫ" ЖОБАСЫНЫҢ СПОРТ ТАҚЫРЫБЫН НАСИХАТТАУҒА ЖӘНЕ ЕЛ ИМИДЖІН ШЕТЕЛДЕ ТАНЫТУҒА ЫҚПАЛЫ	49
ИМАНҒАЛИЕВ Бауыржан Сәбитұлы, ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратқызы АДАМНЫҢ ТҰЛҒА БОЛЫП ҚАЛЫПТАСУЫНА ДЕНЕ ТӘРБИЕСІНІҢ ӘСЕРІ	53
МҰРАТ Айгерим СПОРТИВНЫЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ	56
СЫБАНБАЙ Сәкен ҰСТАЗ БЕН ШӘКІРТ ӨНЕГЕСІ.....	59

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

СЫБАНБАЙ Сәкен МИКРОФОН АЛДЫНДАҒЫ ОЙЫНШЫ.....	65
ҚОЖАХМЕТОВА Айдана Маратовна СПОРТТЫҢ ТҮЛҒАЛЫҚ ДАМУЫНА ӘСЕРІ.....	67
БОЛАТОВА Гүлжауһар Жамбылқызы, АМАНЖОЛОВ Бекарыстан Нұрланұлы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ЭТОНОСАЯСАТ ЖӘНЕ БАҚ: ТАРИХЫ, ҚАЛЫПТАСУ КЕЗЕҢІ.....	70
ТҰРЖАН Оңайгүл, ЕГЕМБЕРДИЕВ Исках ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ АҚПАРАТТЫҢ ЖӘНЕ ЦИФРЛЫ МАРКЕТИНГТІҢ ТУРИЗМДІ ДАМУЫҒА ЫҚПАЛЫ.....	75
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, ТОКЕНОВА Диана ПСИХОЛОГИЯ БРЕНДИНГА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ.....	82
МУХАМБЕТОВА В. К. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	86
ШӘКЕНОВА Шынар ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚҰЗЫРЛЫ МЕКЕМЕЛЕРДІҢ КРИЗИСТІК КОММУНИКАЦИЯСЫ.....	89
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ, АЛГАЛИЕВА Гүлназым Сакенқызы ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ДАМУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ.....	92
КУДАЙБЕРГЕНОВА А.С. ТИПОЛОГИЯ АНАЛИЗ PR-ТЕКСТОВ В КАЗАХСТАНСКИХ ОНЛАЙН-СМИ: НАТИВНАЯ РЕКЛАМА.....	97
ДИДИГОВА Мадина Магомедовна ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ЖУРНАЛИСТОВ И ЗАЩИТА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ).....	102
АЛЬКЕЕВА А.К РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	104
ДАНИЛОВ Александр Сергеевич ПРОЦЕСС ПЕРЕФОРМАТИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН.....	108
АЯГАНОВА Асель Агыбаевна РАЗВИТИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КАЗАХСТАНЕ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	112
ИМАНГАЛИЕВА Маржан Әбдірәсілқызы КОМПАНИЯДАҒЫ ҚАРЖЫ МЕНЕДЖМЕНТІН ЖЕТІЛДІРУ АСПЕКТІЛЕРІ.....	116

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

МОЛДАБАЕВ Хасен Советханұлы МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕДЕГІ БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	121
ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ӘБУ НАСЫР ӘЛ-ФАРАБИ ПУБЛИЦИСТИКАСЫ	129
ҚАЖДАР Іңкәр Асқарқызы ОТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК МЕДИА-КОНТЕНТТЕРДІ САЛЫСТЫРУ	132
АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА М. БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ	137
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАЛАР	142
БАБАЖАНОВА Дина Маратовна «МЯГКАЯ СИЛА» КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА.....	145
КЕНЖЕБАЕВА Назым Қайратқызы АҚПАРАТ ТАРАТУДЫҢ МЕДИА ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ.....	149
ИМАНГАЛИЕВ Бауыржан, МЕДЕТТЕГИ Асель PR В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....	154
ШАКАРМАН Дана Қазбекқызы ҚОҒАМДЫ ЦИФРЛЫҚ ТҮРЛЕНДІРУ — ЗАМАН ТАЛАБЫ.....	158
АҚЫНОВА Аружан Алибиқызы НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАЗАҚСТАНДА ДАМУЫ	162
МҰРАТ Самал КОМПАНИЯ СТРАТЕГИЯСЫН ТАҢДАУ ЖОЛДАРЫ	167
НУРТУГАН Сәтжол ҰЙЫМДАРДЫҢ КОММУНИКАЦИЯЛЫҚ ҚҰРЫЛЫМЫ	169
ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы «СӨЗ ҚҰРАҒАН» ҚАЗАҚТЫҢ МАТЕМАТИГІ	172
МЕКЕБАЕВА Мадина Булатовна КАК DIGITAL-МАРКЕТИНГ И PR ВЛИЯЮТ НА РАЗВИТИЕ FASHION-БИЗНЕСА?	176
КАЙКЕНОВА Мархаба PR КОММУНИКАЦИЯ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	180
АДАЙХАНОВА Ұлмекен МАНИПУЛЯЦИЯҒА ҚАНШАЛЫҚТЫ ЖИІ ҰШЫРАЙСЫЗ?.....	182

3. Дүйсенбаев К.Ш., Төлегенов Э.Т., Жұмағалиева Ж.Г. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау. Оқу құралы. Алматы, «Экономика», 2001.
4. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом. – М.: Финансы и статистика, 2009.
5. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы: Учеб. пособие для вузов.
7. Власова В.М. Финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2008.
8. <https://helpiks.org/5-40940.html>
9. <http://lib.kstu.kz:8300/tb/books/2014/EP/karzhy/teory/3.htm>

МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕДЕГІ БАСПАСӨЗ ҚЫЗМЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ

МОЛДАБАЕВ Хасен Советханұлы

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

Анотация. Қазақстанда әр мемлекеттік органда, квазимемлекеттік сектордағы компанияларда, жалпы әр түрлі мекемелерде баспасөз қызметтері, пиар немесе маркетинг бөлімдері жұмыс істейді. Алайда шетелде бұл бөлімдер жеке-жеке қызмет атқарады, яғни істеп жатқан жұмыстары бір-бірін қайталамайды, әр бөлім өзіне міндеттелген шараларға жауап береді. Бірақ Қазақстанда әдетте мемлекеттік органдарда осы жұмысты тек баспасөз қызметі атқарады. Алайда барлығы мекеменің жұмыс істеу бағытына және мемлекеттік деңгейде стратегиялық жағынан маңыздылығына байланысты екені белгілі. Кейбір компанияларда тек бір ғана баспасөз хатшысы болса, бірқатарында баспасөз қызметі мен PR бөліміне жеке штат бөлінеді. Осы ретте мен еліміздегі баспасөз қызметтері қандай және қалай жұмыс істеп жатқанынан тоқталдым. Ал, халықаралық дәрежедегі үлгі болатындай баспасөз қызметтері қандай және олардың жұмысындағы басым бағыттарын жаздым. Мақалада Денсаулық сақтау саласын нақты мысалға ала отырып, әлемдегі әр түрлі PR сарапшыларының ойларына жүгінемін.

Түйін сөздер: *қоғаммен байланыс, денсаулық сақтау саласы, баспасөз қызметі, баспасөз қызметінің үлгісі, баспасөз қызметінің міндеттері, БАҚ -пен байланыс, ақпараттық материалдар.*

Кіріспе. Бүгінгі таңда мемлекеттік органдарды баспасөз қызметінсіз елестету мүмкін емес. Тіпті мемлекеттік органдар емес, кез келген мекеме

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

PR маманын немесе баспасөз хатшысының болуы қалайды. Себебі кішігірім келеңсіздік дауға айналып, компанияның ілгері жылжуына кедергі келтіруі мүмкін. Ал, баспасөз хатшысы керісінше, компанияның имиджін жақсы қырынан қалыптастырып, мекеменің дамуына, оның төңірегінде оң көзқарас қалыптастыру жолында еңбек етуі тиіс.

Зерттелуі. Кейбір сарапшы мамандар баспасөз қызметтерін пиар бөлімінің бір құрылымы деп есептейді. Бұл ретте пікір әр түрлі. Бірқатар пиар мамандары басқаша тұжырым жасап келеді. Бірақ көп жағдайда екі қызметтің жұмысы бір-бірімен ұқсас келеді, әсіресе біздің елмізде. PR қызметі жалпы компанияның стратегиясын әзірлейді, ал баспасөз қызметі пиардың құрылымы екенін әсіресе шетелдік сарапшылар жиі айтады.

Мақсаты. Халықаралық деңгейде баспасөз қызметі мен PR бөлімдеріне қатысты пікірлер сан алуан екені белгілі. Аталмыш бөлімдер жеке-жеке жұмыс істейтіндіктен әрқайсысына жүктелетін міндеттер белгіленген. Ал, Қазақстанда кейбір мекемелерде баспасөз қызметіне қандай міндеттер жүктелетіні реттелмеген. Елімізде көбінесе баспасөз, PR, маркетинг деген салаларды бір ғана бөлім немес маман алып жүретіні үйреншікті жағдайға айналды. Мұндай бөлімдер немесе департаменттер баспасөз қызметі, пиар бөлімі немесе медиа-маркетинг және басқаша аталуы мүмкін. Осы ретте әлем сарапшыларының пікірлеріне жүгіне отырып, мемлекеттік мекемедегі үлгілі баспасөз қызметі қандай болу керектігін анықтауды мақсат еттім.

Негізгі бөлім. Баспасөз қызметіне қандай міндеттер жүктелуі тиіс? Бұл сұраққа әркім әр түрлі жауап беруі мүмкін. Себебі оның нақты тұжырымдамасы жоқ, көптеген сарапшылардың ойы әр түрлі, дегенмен негізгі ой бір. Осы ретте Үлкен Ресей энциклопедиясының тұжырымдамасын мысалға алайық:

- Ұйымның, мекеменің, билік органының баспасөз және басқа да БАҚ-пен байланыс орнататын құрылымы. Қызметі баспасөз парақтарын шығару, баспасөз конференцияларын ұйымдастыру, телефон немесе ғаламтор арқылы кеңес беруден тұрады. Баспасөзбен қарым-қатынас бір баспасөз хатшысы немесе баспасөз қызметінің барлық қызметкерлері арқылы іске асырылуы мүмкін деп айтылған [1].

Ал, орыс түсіндірме сөздігінде баспасөз қызметі - баспасөзде шыққан материалдар негізіндегі ақпаратты жинақтаушы және өңдеу бөлімі делінген [2].

Осылайша жоғарыда келтірілген түсініктемелерді қарастырайық. Біріншісінде бұқаралық ақпарат құралдарына белгілі бір ақпаратты жеткізуге басымдық берілгені айтылған, ал, екінші нұсқасы ақпарат құралдарында жарияланған материалдарды жинақтап, олардың негізінде талдау жасау керектігі жайлы жазылған. Алайда осы екі түсініктеме бір-біріне қайшы емес екенін айтқан жөн, тек екеуінде де екі түрлі бағыт туралы. Яғни, баспасөз қызметі әр түрлі қызметтерді атқара алатынын айта кету керек.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Пиар саласының теоретигі мен практигі С. Блэк баспасөз қызметі ең әуелі бұқаралық ақпарат құралдарының қажеттілігін қанағаттандыру үшін қажет деп есептейді. Ол бұл қызметтің негізгі мақсаттары ретінде келесілерді атап кеткен:

- мақала мен очерктер жазуға немесе репортаждар жасауға негіз болатын баспасөзге арналған материалдарды ұсыну;
- ақпарат құралдары өкілдерінің сұрақтарына жауап беру және кешенді ақпараттық қызметтерді ұсыну;
- баспасөз, радио және телеарнадағы материалдарға бақылау жасап, нәтижелерін бағалау және қателіктер болған жағдайда шара қабылдау.

«Настольная энциклопедия PR» атты кітаптың авторлары А.В. Бекетов және Д.И. Игнатъев баспасөз қызметінің келесідей нұсқасын ұсынып отыр:

- БАҚ-та сөз сөйлеу нәтижесі бойынша мониторинг;
- мақалаларды талдау арқылы басшылыққа белгілі бір шараларды ұйымдастыру бойынша ұсыныс енгізу;
- компанияның ақпараттық саясатына қатысты жоспарлары мен стратегиясын әзірлеу;
- компания басшылығы мәлімдемелерінің мәтіндерін, баспасөз парақтары мен баспасөз қызметінің шұғыл хабарландыруларын жазу;
- қоғам тарапынан түскен сыни пікірлерге жауап беру және жалған ақпараттарды жоққа шығару;
- компания басшылығының қытасуымен сұхбат ұйымдастыру, баспасөз конференциясын өткізіп, радио және телеарнадағы бағдарламаларға қатыстыру;
- БАҚ-та тікелей және жанама жарнама орналастыру;
- редакциялық-баспа қызметі;
- компания қызметі туралы роликтер мен сюжеттер жасау;
- негізгі БАҚ-пен белгілі тілшілерге құжаттама әзірлеу;
- алдыңғы қатарлы БАҚ-тың келешектегі редакциялық саясатын болжау.

Бекетов және Д.И. Игнатъев баспасөз қызметінің құрылымына қатысты үш түрлі пікір жазады:

1. Баспасөз қызметі - ұйым қызметінің және оның дамуының негізгі басқару құрылымдарының бірі. Бұл жағдайда баспасөз қызметі тікелей компания басшысына бағынады. Мекеме ресурстарын пайдалану мүмкіндіктері кең.

2. Баспасөз қызметі - ұйым мен сыртқы субъектілер арасында «қосалқы құрылым» ретінде қызмет жасайды. Мұндай баспасөз қызметінің мақсаты бұқаралық ақпарат құралдарына мониторинг жасау, медиа-талдау, БАҚ пен байланыс орнату, іс-шараларды ұйымдастыру.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

3. Баспасөз қызметінің қызметі басқа компанияға тапсырылады [3, 4 б.].

«Современная пресс-служба» атты оқу құралының авторы Н.Н. Воронцованың пікірі келесідей:

- БАҚ байланыстарын және ақпаратын басқару;
- ұйымның өзінің ақпараттын қалыптастыру;
- ақпаратпен манипуляциялау;
- ақпараттық ағынды сегменттерге бөлу;
- ақпаратты басымдық берілуіне қарай бөлу;
- ақпараттық әріптестік;
- эксклюзивті ақпаратты жинап, тарату;
- ұйым туралы ақпарат тарату стилі мен формасын оптимизациялау.

Пиар саласындағы әр түрлі ғалымдардың түсініктемелеріне сүйене отырып, біздің елімізде де баспасөз қызметі немесе PR бөліміне нақты талаптар қойылғаны орынды деп есептеймін. Қазір Қазақстанда мемлекеттік мекемелерде, квазимемлекеттік секторда, қаржы ұйымдарында және тағы да басқа компанияларда мұндай бөлімдер немесе мамандар жұмыс істейді. Көп жағдайда бұл қызметкерлердің жұмысы халыққа ақпарат жеткізу мен жарнамалау шараларымен шектеледі. Бізде көбінесе келеңсіздік орын алғаннан кейін, оның салдарын жоюмен айналысады. Бірақ проблеманың алдын алу бағытындағы жұмыстар бір жолға қойылмаған. Осы бөлімнің мақсаттарын қарастырып көрейік. Сондықтан біздің жағдайымызда пиар қызметі мен баспасөз қызметін екі бөлек емес, бір шыңырақтың астындағы бөлім немесе департамент ретінде қарастырған абзал.

Мысалы өзім денсаулық сақтау саласындағы PR-дың өзекті мәселелерін зерттеп жүргендіктен Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің баспасөз қызметіне кеңірек тоқталғым келеді. Министрлікте Жұртшылықпен байланыс басқармасы-баспасөз қызметі деген құрылым бар және оның басшысы мен бірнеше қызметкері жұмыс істейді. Дегенмен министрліктің хатшылығына кіретін министрдің жеке баспасөз хатшысы мен осы қызметтің ішінде тағы екі маман бар. Ол қандай жұмыстармен айналысып жатыр? Мақсат, міндеті қандай екенін екінің бірі біле бермеді. Бірақ әлеуметтік сала болғандықтан денсаулық сақтау жүйесіне қатысты сыни пікірлер мен келеңсіздіктер көп. Сондықтан олардың қызметін оңтайлындырған дұрыс. Баспасөз қызметі министрліктің имиджіне нұқсан тимейтіндей жұмыс жасауы керек. Бірақ барлық мемлекеттік органдарға үлгі болатындай баспасөз қызметі ол қандай болуы қажет?

«Современная пресс-служба» атты оқу құралының авторы Н.Н. Воронцова баспасөз қызметіне деген төмендегідей міндеттерді белгілеген:

I .Ақпараттық саясаттың басым бағыттарын анықтау;

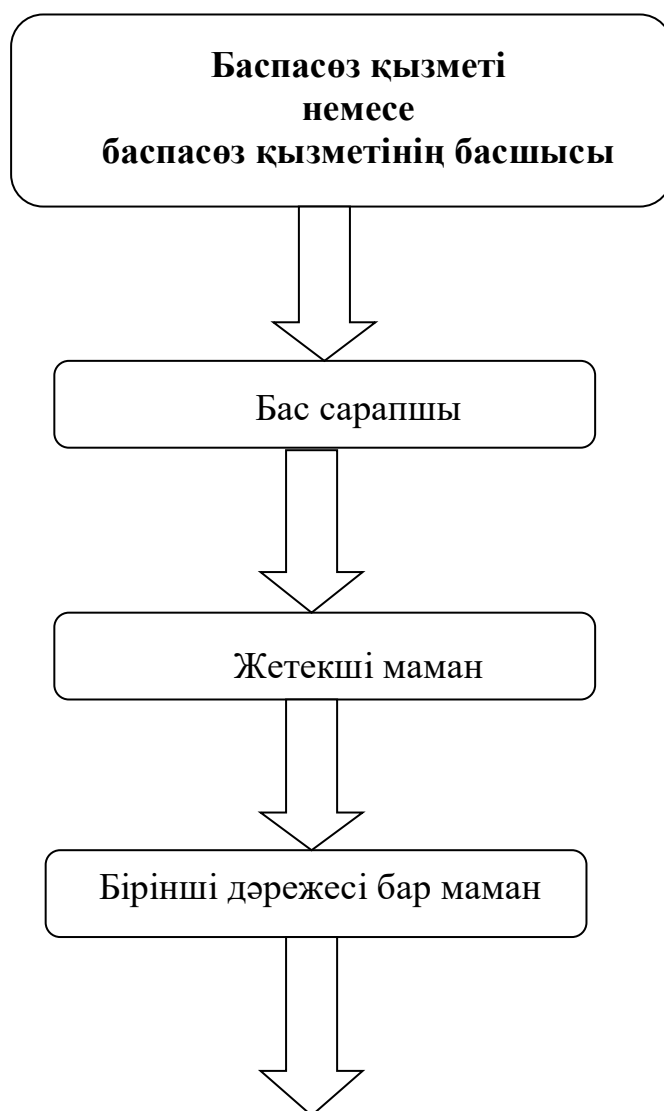
Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

2. Имиджді қалыптастыру;
3. Брендті құру;
4. Корпоративтік стильді құру;
5. Баспасөз хабарламаларын жолдау;
6. Пресс-китті әзірлеу;
7. Халықты ақпараттандыру;
8. Қоғамдық пікірді қалыптастыру;
9. Баспасөз конференцияларын ұйымдастыру.

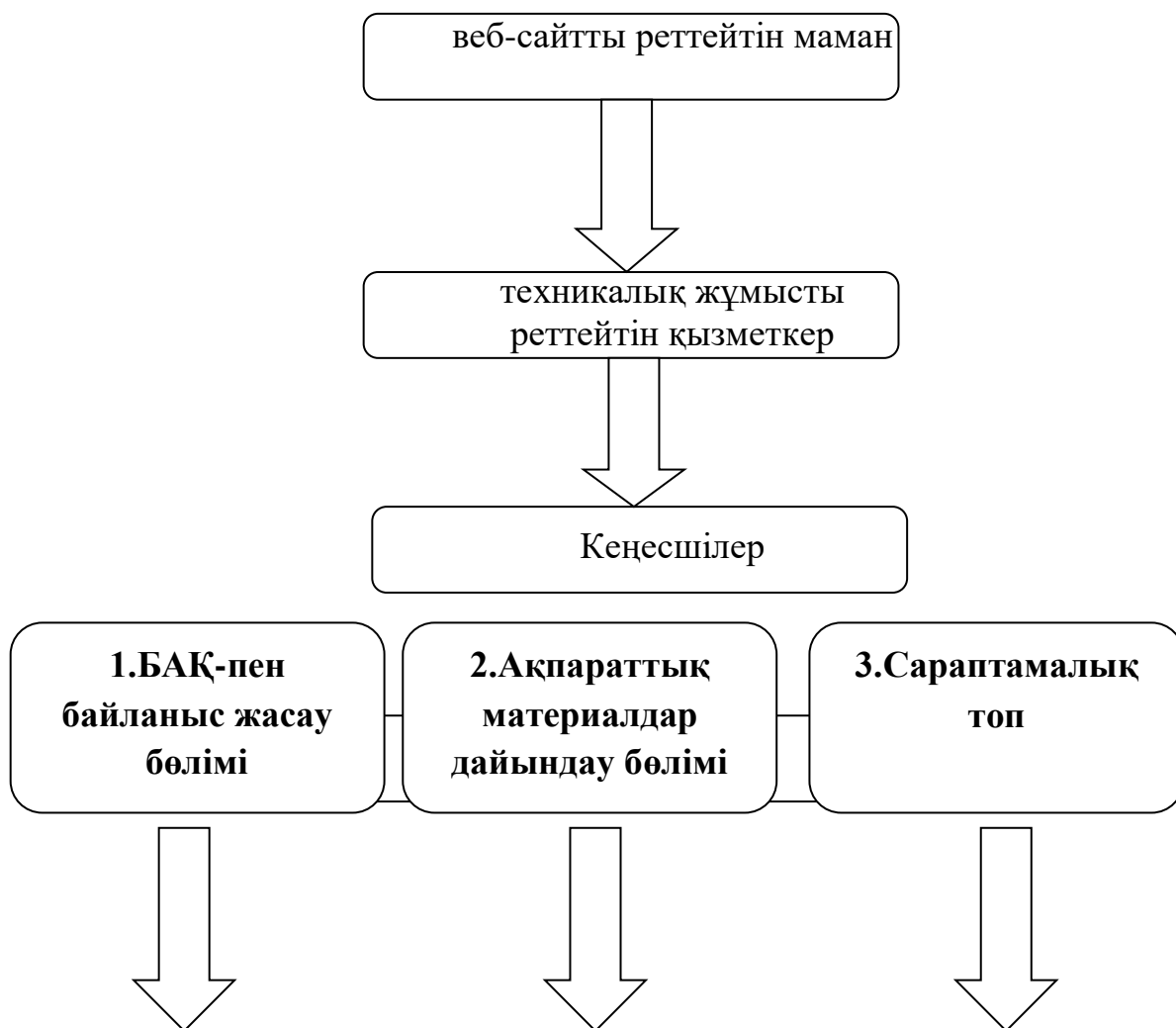
Осы тақырыпты жоғарыда айтылған Н.Н. Воронцованың пікірімен ары қарай өрбітетін болсақ баспасөз қызметінің негізгі міндеттері төмендегідей болу керек: ақпараттық, сараптамалық және ұйымдастырушылық.

Бұрын пиар деген сөз баршамызға таңсық болатын. Әсіресе баспасөз қызметі деген атауды жиі еститін едік. Ал, қазір мекемелер тіпті осы қызметті атқару үшін тиісті компанияларға тапсырыс беріп, орындатып жатады. Баспасөз қызметі өзінің жұмысын штаттағы және штаттан тыс қызметкерлер арқылы іске асыра алады.

Халықаралық деңгейде баспасөз қызметінің үлгісін Н.Н. Воронцованың туындысы тұрғысынан қарастырып, талдап көрейік. Оның ойынша баспасөз қызметінің кадрлық құрамы келесідей болғаны дұрыс:



Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең



1. БАҚ-пен байланыс жасау бөлімі:

- Шаралар туралы БАҚ ақпараттандыру;
- Ақпараттық және жарнамалық материалдарды БАҚ-та жариялау;
- Тілшілер туралы мәліметтер базасын құру;
- Ұйымның бірінші басшысының баяндамаларын жазу;
- Топ алдында сөйлеуге қатысты тренингтерді ұйымдастыру;
- Ақпараттық себепберді табу;
- Өз позициясына қатысты акциялар өткізу;
- Баспасөз конференциясын, брифингтер, дөңгелек үстелдер, журналистермен кездесулер, БАҚ өкілдері үшін экскурсиялар, сұхбаттар ұйымдастыру;
- Журналдар мен газеттерді шығару, телеарнаға арналған бейне роликтер жасау.

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

2. Ақпараттық материалдар дайындау бөлімі:

- Баспасөз парақтарын жазу, журналистерге және тиісті аудиторияға пресс-кит әзірлеу және түскен сұрақтарға жауап жазу;
- Мониторинг;
- Аударма;
- Ресми сайтқа материалдар әзірлеу және сайттың жұмысын сүйемелдеу;
- Ақпараттық құжаттарды дайындау және журналистердің тіркелгендігі туралы карталарын әзірлеп, тапсыру.

3. Сараптамалық топ

- Шара өткізілгеннен кейін қорытынды шығару;
- Медиа-сараптама;
- Пресс-киттердің тиімділігіне баға беру;
- Сайттың тиімділігіне баға беру (дизайн, контент, навигация және мұрағатқа);
- Арнайы бағдарламаларды дайындап, іске асыру;
- Сараптамалық есеп;
- Жылдық есеп беруге қатысу.

Осы үш бөлім толық жасақталған баспасөз қызметінде болады.

Алысқа бармай өзіміздің көршілес Ресейдегі баспасөз қызметтерін қарастырып көрейік. Баспасөз қызметтері келесідей болып бөлінеді:

- Сала бойынша;
- Басқару және бағыну деңгейіне байланысты;
- Аумақтық - өндірістік;
- Сапалы және саны жағынан кадрлық құрамға байланысты;
- Қаржылық мүмкіндіктерге қарай;
- Материалдық-техникалық қамтамасыз етуге байланысты;
- Медиа кеңістікке әсер ету бойынша.

Енді баспасөз қызметтерін қызмет жасау саласына байланысты қарастырайық. Мемлекеттік органдардағы баспасөз қызметтерін өкілетті, атқарушы, сот билігі, ал қоғамдық ұйымдардың баспасөз қызметтерін (кітапхана, еркін қоғамдық бірлестіктер), шығармашылық, мәдени одақтар, конфессиялық ұйымдар мен мекемелер ретінде, кәсіподақтар баспасөз қызметі, саяси партиялар мен қозғалыстардың, спорттық ұйымдар мен мекемелердің, қаржы мекемелерінің, кәсіпкерлік құрылымдардың баспасөз қызметтері (экономикалық қызмет субъектілетрі және әр түрлі формадағы корпорациялар, /холдингтер, компаниялар, зауыт, фабрикалар, комбинаттар, жеке тұлғалардың баспасөз қызмететрі), мемлекеттік бюджеттік мекемелердің және ұйымдардың (оқу орындары, денсаулық сақтау, ғылым және мәдениет мекемелері), БАҚ баспасөз қызметтері деп қарастыруға болады. Әрине, мемлекеттік органдардағы баспасөз қызметтерінің рөлі зор. Олардың баспасөз қызметтерінің басқарудың жоғары деңгейі тек тактикалық емес, стратегиялық мәселелерді шешуге

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

көмектеседі, сонымен қатар, олардың мүмкіндіктері де көбірек, яғни қазіргі заманға сай технологиялармен жоғары дәрежеде жабдықтала алады.

Ең жақсы деген баспасөз қызметі келесідей материалдық-техникалық базамен жабдықталуы тиіс:

- байланыс құралы (телефон, телетайп, факс, мобильді байланыс);
- ақпаратты электронды өңдеу жүйесі (тиісті бағдарламалармен қамтамасыз етілген компьютерлер);
- баспа бөлімі: бюллетень тәріздес басылған ақпарат, баспасөз парағы және т.б.;
- ішкі раидо жүйесі;
- ішкі телеарна;
- кітапхана;
- автоматтандырылған басқару жүйесінің ақпараттық - анықтамалық пунктері;
- сервис қызметін (тамақ, экспедиция, көлік);
- автоматтандырылған ақпарат таратушы құрал (көп мақсатта қолданылатын телефон аппаратурасы). Әрине, баспасөз қызметінің тиісті жабдықтармен қамтамасыз етілуі қаржыға байланысты [5, 7-16 б.].

Қорытынды. Шетел тәжірибесіне сүйеніп, әлем сарапшыларының пікірлеріне жүгіне отырып, мемлекеттік органдарға үлгі болатындай баспасөз қызметінің жұмысын ұйымдастыру күрделі екенін байқап отырмыз. Себебі жоғарыда айтылған көптеген қызметкерлерден құрылған бөлімдерді ашу, олардың жұмыстарын керекті құралдармен қатамасыз етуге қомақты қаражат қажет. Біздің елімізде мұндай бөлімдерге мақала барысында мысалға келтірілген құралдар мен жабдықтарға қаржы бөліне бермейді. Дегенмен баспасөз қызметтері халықаралық деңгейде жасалып жатқан істерді мысалға ала отырып, қызмет еткендері жөн. Баспасөз қызметкерлері тек ақпаратты жеткізумен шектелмей, орын алуы мүмкін тәуекелдердің алдын алып, шара қабылдайтындай деңгейге жету керек деп есептеймін. Сол кезде баспасөз хатшысы қызмет етіп жатқан компания имиджіне нұқсан тимеуі тиіс және бұл саладағы мамандарға деген сұраныс артады. Біздің жағдайымызда көпшілік қызметкерлер тек орындаушылық деңгейде қалып қояды, ал ньюсджекинг, спин доктор сияқты пиар технологияларын қолдануға қатысты тың идеяларды ұсына бермейді. Саланы дамытайық десек, халықаралық тәжірибені күнделікті қолданысқа енгізуіміз қажет.

Әдебиеттер тізімі

1 Үлкен Ресей энциклопедиясы [Электронды ресурс]. -URL: <http://www.wikiwand.com/ru/> (18.11.2018ж. қаралды).

2 Орыс түсіндірме сөздігі [Электронды ресурс]. - URL: <http://ozhegov.textologia.ru/search/?q=740&step=2> (18.11.2018ж. қаралды).

Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

3 А.В. Бекетов және Д.И. Игнатъев. «Настольная энциклопедия PR». - Бизнес Букс, 2003. - 4 б.

4 Н.Н. Воронцева. «Современная пресс-служба». - Москва, 2009. - 7-16 бб.

БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ӘБУ НАСЫР ӘЛ-ФАРАБИ ПУБЛИЦИСТИКАСЫ

ЖІГЕРҚЫЗЫ Нұршырақ

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Журналистика және саясаттану факультетінің

4-курс студенті

Кілт сөздер: «Екінші ұстаз», «Журналистика», «БАҚ», «Саясат», «Тракттар», «Философия», «Музыка», «Жастар», «Логика»

Аннотация: мақалада ғылым мен мәдениеттің Аристотельден кейінгі екінші ұстазы Әбу Насыр Әл Фарабидің шығармашылығы сөз болады. Ғылымның барлық саласында жазған еңбектеріне қысқаша талдау жасалады. Философия, логика, психология ғылымы бойынша ғалымның ойларын бүгінгі күнмен байланысты қарастырады. Әбу Насыр Әл Фараби туралы қазақ және әлем зерттеушілерінің пікірі ұсынылады. Ғалымның еңбектерінен нақты мысалдар алынған. Ұлы Абай мен ғалымның ой сабақтастығы айтылады. Басты мақсат ғалымды ұрпақ санасына терең сіңіру және әлемдік деңгейде ғалым еңбектерін кең насихаттау.

Журналистика қоғамның ажырамас бөлігі, тарихтың том-том естеліктері журналист қаламынан туындайды. Бұл дәл қазіргі журналистикаға қатысты менің пікірім. Елбасының «Ұлы даланың жеті қыры» атты мақаласында ерекше атап өткен Ұлы даланың ұлы есімдері қырында халқымыздың ұлы тұлғаларын ұрпақ санасына терең сіңіріп, әлемдік деңгейде таныту мақсат етілген еді. Елбасы атап көрсеткен ұлы есімдердің бірегейі Аристотельден кейінгі дүниежүзілік білім мен мәдениеттің екінші ұстазы, Әл Киндиден кейінгі екінші кемеңгер атанған данышпан, ойшыл, энциклопедист ғалым Әбу Насыр Әл-Фараби бабамыз. Араб тарихшысы Захир-ад-Дин әл-Байһақи «Дүниеде төрт ғажап адам болған. Олар Аристотель, Александр, Әбу Насыр және Ибн Сина» деп Әл Фарабидің әлемдік деңгейде белгілі тұлға екенін дәлелдеген. Бүгінде әлемді таң қалдырып, экономика, білім, ғылым саласы бойынша көш бастап тұрған қытай елі ұлы тұлғаларын дәріптеп, қажетіне жаратуды ерте қолға алған. Әлемге танымал философ Конфуцийдің ілімі қытай елінің бүгінгі жетістігінің басты себепкері десек артық емес. Философтың саясат, білім, ғылым, экономика, дін туралы айтқан сөздерін қытай үкіметі осы уақытқа дейін басшылыққа алып келеді. Нәтижесінде алпауыт елге