

**Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ 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 Нұршырак 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

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

бұл салаға байданысты іс-шараларды көптеп өткізген жөн. Соның ішінде отандық тіл мәселесіне назар аударып, медиа саласында қызмет жасайтын мамандардың санын арттыру керек. Әрине, шетелдік медиа журналистика, IT саласымен салыстырғанда көп күшті және еңбекті талап ететін біздің жаңа медиамыз әлі де бойын көрсетіп, алғашқылардың біріне енеді деп сенемін.

### Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Scott D.M. The New Rules of Marketing and PR, 2013. – 25с.
2. Шарков Ф. Коммуникология, 2010. – 87 -88сс
3. Holiday R. Trust me, I'm lying: Confessions of a Media Manipulator, 2002. – 15с.
4. Кот Д. Копирайтинг, 2016. – 133с
5. Ильинский С. Энциклопедический словарь PR. Реклама. Маркетинг, 2002. – 67с.
6. Bernays E. Crystallizing Public Opinion, 1923. – 55-57бб
7. Королько В. Основы публик рилейшнз: Учебник/ Королько В. – М.,2009. – 33-34сс.

## БІЛІМ САЛАСЫНЫҢ ДАМУЫНДАҒЫ PR-ДЫҢ ОРНЫ

### М.АЙТҚАЗЫ ҚЫЗЫ-ТУРЛЫХАНОВА

*Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ журналистика және саясаттану факультеті  
Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасының магистранты*

**Аннотация.** Мақалада білім беру жүйесінің «қоғаммен байланыс» технологияларына жүгіну маңыздылығы қарастырылған. Білім реформасын жүзеге асыруда қоғам тарапынан қарсы пікірлер көп болуы осы байланыстың болмауынан екені түсінікті. Зерттеу барысында білім жүйесін сөз еткен ғылыми басылымдарға зерттеу жүргізілген. Нәтижесінде білім ордаларының бәсекеге қабілеттілігі сол орталық туралы қоғамдық пікірге тікелей байланысты екені ресейлік білім беру жүйесімен паралельдер жүсергізу арқылы баяндалады. Еліміз заман талабына сай білімді ұрпақ тәрбиелеуді қолға алуда. Көптеген реформалар жазылып, орындалу үстінде. Осы ретте қос тараптың арасында даулы мәселелер көп туындап жатыр. PR тұрғысынан қоғамдағы өзекті мәселелерге ата-аналар алаңдаушылық білдіріп отыр. Осы ретте «қоғаммен байланыс» осындай күрделі проблемалады шешідің бірден бір мүмкіндігі.

Білім – аса күрделі де маңызды әлеуметтік құбылыс. Мемлекет сынды алып механизмнің болашағы қоғамның білімділігіне тәуелді. Ал

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

қоғам мен мемлекеттің жетілуі бүтіндей адамзаттың ілгері жылжуына серпіліс береді. Осы ретте ақпаратты білім мен қоғамды өзара байланыстырушы қызметін атқаратын дәнекерлеуші құрал деу орынды. Және де дәл сол ақпарат қоғамды тәрбиелеудің, білім берудің негізінде жатқан өзегі. Егер адам бойындағы физиологиялық үдерістермен салыстырсақ, ақпарат гемоглобинның атқаратын қызметіндей, керекті микроэлементтерді, біздің жағдайда білімді тасымалдауға арналған көлік іспетті. Бұл тұрғыда адамдар ғалам бойындағы ағзалар кейпінде болады. Ми мен өзге ағзаларды байланыстыратындай, коммуникация ақпарат арқылы қоғамның бөлшектерін дәнекерлеуші қызметін атқарады. Бүгінгі киберкеңістікте дәл осындай көріністі елестету қиын емес. Ендеше, ақпаратты қоғам – білімді қоғам дегенге саяды. Демек білім тақырыбы қашанда әлеуметтік тұрғыда өзектілігін жоймайды.

Нарықтық кезең кез-келген әлеуметтік салаға өз тәртібін енгізуде. Осы ретте білім беру орындарын тек рухани азық алатын орта деп қарастыру қате. Білім беру саласы мемлекеттік, жаһандық деңгейде бәсекеге қабілетті болуының арқысында өзгеше мағынаға ие болуда. Білімді болудың қажеттілігін түсінген қоғамның білімге құштарлығының нәтижесінде бәсекені және тұтынушының, яғни білім алушының мемлекеттегі білім беру саясатына негізделген білім беру мекемесін таңдау құқығын да ескеру қажет. Мемлекеттік немесе жеке білім беру ордасында оқу тек білім алушының таңдауымен шешіледі. Ал білім ордасының қызметіне жүгінушілер саны сол мекеменің таратқан ақпаратына, қоғаммен жасасқан өзара байланысына тікелей байланысты. Ақпараттық қатынастарды ұйымдастыруда шекараның мүлдем болмауын ескерсек, білім алушының таңдау аясының қаншалықты кең екенін аңғару қиын емес.

Білім саласында жаһандық деңгейде бәсекелестік орнағаны заңды құбылыс. «Ғылымда шекара болмайды»-дегендей, білім іздеп, біліктілігін арттырамын деушіге әлемнің кез-келген түпкірінде мүмкіндік жасалған. Басты талап - әлемдік деңгейдегі сапалы білім базасының болуы. Білімнің талапқа сай болуы мемлекеттегі жүзеге асырылып жатқан мектеп реформасына тікелей байланысты.

Ақпараттық технологиялардың қарқынды дамыған дәуірінде халық пікірімен санаспауға болмайды. Ғаламтор желісіне қосылған әрбір тұтынушы әлеуметтік желілер арқылы өз ойын ашық білдіруде. Әсіресе орта білімдегі жасалып жатқан қыруар жұмыс көпшіліктің ойынан шықпай отыр. Тіпті халық білім беру жүйесін басқарып, қадағалаушы органға сенуден қалды деуге болады. Аталмыш органды және оның қызметкерлерін мазақтау, келемеждеу қалыпты құбылысқа айналған. Бұл үдерістің проблемасы халықпен дұрыс байланыс орната алмауынан туындағаны анық. Жүзеге асырылып жатқан кез-келген реформа халыққа кеш немесе дұрыс емес таныстырылуда. Жасалып жатқан жұмыстардың

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

қажеттілігі туралы түсіндірме жұмыстар да тым кеш қалуда. Ал демократиялық қоғамда бұл кешірілмейтін қателік.

PR негізін салушы Эдвард Бернейз қоғаммен байланыс қызметін «келісімге келу сәулеті» деп сипаттаған. Айта кету керек, кәсіпкерлік ортада қоғаммен байланыстың тиімділігін ертеректе-ақ түсінген. Кемшін тұстары болса да, елімізде бизнеске қатысты PR жақсы дамып келеді. Осы жолда тиімді кәсіпкерлікті жүзеге асыру үшін мақсатты аудиториямен ақпарат алмасу ашық түрде жүргізілуі басты талап. Нарықтық дәуірде кез-келген мекеме, тіпті білім беру ордасы да бизнес тәртібімен жұмыс жасауға міндетті. Осы ретте кез-келген кәсіпорынның PR қызметі сынды, мектеп те, кәсіптік білім беру мекемесі де, жоғары оқу орны да қоғаммен байланыс қызметін жүзеге асыру қажет.

Білім беру тұрғысындағы PR тақырыбы, әсіресе азаматтық қоғам мен білім реформасын жүзеге асырушы органның өзара байланысын қарастырған ғылыми басылымдар саны өте аз. Жасалған зерттеулер тек жекелеген мақалалар ретінде жарық көрген. Мысалы О.А. Сухарева өзінің «Потенциал и перспективы деятельности «Связь с общественностью» в Российском образовании» ғылыми мақаласында қоғаммен байланыстың білім ордасы мен ата-аналар арасындағы дәнекерлеуші функциясын зерттеген. Осы ретте мектепті кәсіпорын, бизнес-құрылым ретінде қарастыруды, бизнесті дамытуда қолданылатын PR-дың білім ошағына ыңғайластырылған моделін ұсынады.

Оқу мекемесінің имиджін қалыптастыру арқасында қоғамдық пікірге ықпал етіп, ата-ана түріндегі сенімді серіктеске қол жеткізуге болады. Әрине, нарықтық дәуірдің өзіне тән тәртібі білім беру ісіне де өзгешеліктерін енгізуде. Мемлекеттік білім беру орындарының беделінің төмендеп бара жатқаны бүкіл посткеңестік елдердің білім саясатына тән құбылыс. Білім беру қызметін ұйымдастырушы кәсіпорын ретінде тұтынушыны, яғни білім алушыны тарту – өнімге деген қызығушылықты арттыру ұғымына өте жақын. «Дегенмен бизнес құрылымның мақсатты аудиториясын баулап алу үшін жасаған пиар-кампаниялары талап ететін инвестиция білім беру мекемесінің өнімін ұсынатын пиар қадамдарға қарағанда қомақты болады. [1]

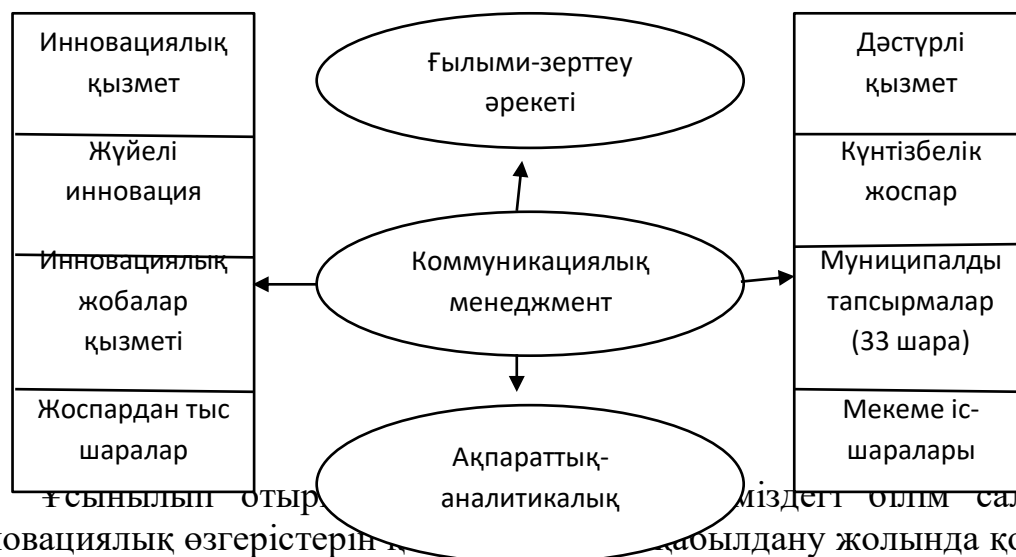
Бүгінгі күні кез-келген оқу орны PR жұмыстарын жүргізетіні рас. Бірақ бұл толыққанды пиар ұғымына сай және жүйелі орындалып отырмағаны да жасырын емес. Көп жағдайда пиар-акциялармен, көрме және жарнамамен ғана шектелетіні рас. Еліміздегі білім саласындағы үрдісті ескеретін болсақ, жақын уақытта ағарту орындары автономды түрде, яғни мемлекеттен тәуелсіз әрекет етуге келеді. Бұл жағдайда білім мекемесі сапалы білім беру мен қатар табысқа қол жеткізу мақсатын бірге алып жүруі түсінікті. Әдетте бірінші мақсат екіншісіне немесе керісінше кедергі келтіретінін аңғаруға болады. Осы ретте тек PR бөлімінің мықты әрі жүйелі жұмысы ғана екі бағытта бірдей жетістікке жетуге жол ашады.



## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

Ресей ғылым академиясының сібірлік бөлімшесінің ғылыми қызметкері, п.ғ.д., профессор Абрамова М.А. өзінің «Факторы формирования коммуникационного пространства в образовании» мақаласында білім үшін қолайлы коммуникациялық кеңістікті орнату турасында зерттеуімен бөліседі. Білім жолында ақпаратқа қол жеткізе білу аса маңызды екені сөзсіз. Дегенмен, мақалада тек индивидтің коммуникациялық кеңістігін орната алу қабілеті сөз етілген. Бұл ақпараттың үстемдік ету кезеңінде сөзсіз алғышарттардың тізімінде екені түсінікті. Ғалым зерттеу барысында білім алушының айналасымен жасасқан коммуникациясы аясының көлемін отбасылық жағдайымен, туындаған мәселелермен байланыстырады. [2]

Білім беру ісін басқарудағы PR технологияларын қолданудың маңызына қатысты зерттеулерін Е.А. Калиева «Муниципалды деңгейдегі дене шынықтыру басқармасы мен спорттағы PR-дың инновациялық жүйесі» мақаласында қарастырады. Зерттеулер негізінде аналитика мен ғылыми сараптауға сүйенген PR- технологиялар тәсілдерін қолдану арқылы жастар саясаты мен спортты дамытудың тың тәсілін ұсынады. Автор мақалада келтірген дәйектер арқылы коммуникациялық менеджменттің инновациялық моделін құруға шақырады. Басқару жүйесінің білім беру саласындағы коммуникацияны жүзеге асырудың тиімді механизмін ұсынады.



Ұсынылып отыр. Міздегі білім саласының инновациялық өзгерістерін қабылдану жолында қолдануға болады. Басты талаптың бірі дұрыс стратегияны белгілеу.

Тұтас бір мемлекеттің білім саясатына сай реформа жасаушы орган қоғамдық пікірге, әлеуметтің ойына ден қоюы әбден керекті. Осы ретте пиардың «екі жақты симметриалы» моделін қолданған абзал. Зерттеушілердің пікірінше, пиардың тек осы түрі ғана қолайлы деп саналады. «екі жақты симметриалы» пиар моделінде ғана тараптар серіктес кейпінде болады. Осылайша заманауи теоретик ғалымдар бүгінгі PR –ды манипуляциялық технологиялардан бөліп қарастыруды ұсынып отыр. Себебі «ассиметриялы» PR амалдары серіктестіктің, өзара түсіністіктің

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

ұзаққа созылмауына әкеледі. Қоғаммен өзара құрылымдық байланыстың орнауына кедергі болады. [3,161]

Соңғы кезде пиарды пропагандамен егіз ұғым деп танитындар қатары сейіліп барады. Манипуляцияға негізделген PR модельдерінен бас тартуға беталысты қоғамдық пікірдің әлеуетін мойындау деп түсіну дұрыс. Бүгінгі қоғам кез-келген әлеуметтік үдерістердің белсенді қатысушысы. Солай болған-ды. Бірақ, осы жайында, яғни кез-келген әлеуметтік институт пен мекеменің қалыпты қызметінің негізінде қоғамдық позицияның жатқаны туралы түсінік енді қуат алып келеді. Қоғамның да түрлі манипуляцияларды байқап, анықтау үрдісі де айқын көрінеді. Осыған орай қоғаммен санаспай әрекет ету қате қадам. В.Ф.Кузнецовтың айтуынша, қоғамдық пікірге жауап беру, яғни мекеменің белгілі бір жағдайда туындаған мәселелерді ескере отырып қажетті шаралар ұйымдастыру арқылы қоғамға қызмет етуі PR –дың басты міндеті.

Мемлекеттік кез-келген мекеме, бизнес-құрылым қоғамның оң бағасына тәуелді. Қоғамдағы жақсы пікір ұйым жұмысының кәсібінің ойдағыдай жүзеге асуының кепілі. Мейлі ол тікелей қоғамның қолдауына зәру болмасын, алайда қоғамдық пікірдің маңызын жоққа шығаруға болмайды. Қоғамның қолдауына зәру мекеме (коммерциялық құрылым, саяси партия, мемлекет, қоғамдық ұйым) басқарушы емес, мүдделі, яғни бағынышты тарап болып табылады. Демек, ол күрделі әрі өзін-өзі ұйымдастырушы қоғам деген жүйені басқара алмайды деген сөз. Ал қоғам болса керісінше, кез-келген мекеменің жұмысын әп-сәтте тоқтата алады.

Еуропаның PR-дағы кәсіби іс-әрекеттер кодексінде «Қоғаммен байланыс амал-тәсілдерін зиянды бастамаларды жақтауға қолдануға болмайды. Пиар қызметі нақты ақпаратқа сүйене отырып, ашық, шынайы жүргізілуі және қоғам үшін пайдалы болуы тиіс» делінген. [4,262]

PR-дың бастапқыдағы алғышарттарының, қызмет мақсатының, қоғаммен байланыс орнатудағы тәсілдерінің түрленуі қоғамның құрылымдық өзгерісіне, дамуына тікелей байланысты. Қоғамның азаматтық қоғам ретінде таныла бастауы, осы жолдағы беталысы кез-келген әлеуметте жаңаша тәртіп орнауын талап ететін құбылыс.

Ақпараттың коммуникация желілерімен үзіліссіз таралуы ақпаратты қоғамға әкелді. А.И. Ракитов ақпаратты қоғамға макро және микроәлеуметтік ортада субъект өміріне, жеке басына, әлеуметтік жағдайына керекті ақпарат пен білім алуға мүмкіндігінің болуы тән деп санайды. Осы үшін қажетті технологиялық базаның болуы, ұлттық мүдде үшін қызмет ететін ақпараттық ресурстардың, сапалы ғылыми-өндірістік макро- және микроортаның қалыптасуы да алғышарттарының бірі. [5]

Жаһандық ақпараттық құрылым әлеуметтік қатынастардың жаңаша жүйесін қалыптастыруда. Осындай жаңа модельге тән қасиеттерге өзін-өзі құру, ұйымдастыру арқылы билік пен өзара тиімді серіктестікке қол жеткізе алатын қоғамды жатқызуға болады. Адам өзі және өзін қоршаған ғалам туралы жаңа ақпарат білгенде, танымы өзгереді. Осылайша дами

## Қазақ спорт журналистикасы: кеше, бүгін, ертең

отырып, қоршаған орта мен өзін қайта тану арқылы өзінің әлемдегі, қоғамдағы орны мен қоғам үшін пайдалы бір бөлшегі екенін түсінеді. [6]

Демек, ақпараттық коммуникация үстемдік ететін ортада азаматтық қоғамға тән сипаттардың туатыны түсінікті болады.

Шынайы ақпаратпен қамтамасыз етілген ақпараттық қоғамды азаматтық қоғам деп айтуға болады. Азаматтық қоғам құбылысы «саяси үкіметке тәуелсіз жұмыс істейтін және оған ықпал жасауға қабілетті әлеуметтік қатынастар мен институттар жиынтығы; дербес жеке адамдар мен әлеуметтік субъектілер қоғамдастығы. Қандай да болмасын қоғамдық мәні бар идеяларды қабылдау қашанда сұхбатты, яғни сұхбаттасушы жақтардың түрлі көзқарастарын және маңызды тепе-теңдігін білдіреді» [3,168-169]

Еліміздегі білім жүйесінің кемшін тұстары көп. Жауапты орган осы кемшіліктерді жоюға ден қойып отырғаны да өтірік емес. Бірақ қалың бұқара атқарылып жатқан қыруар жұмыстан хабарсыз. Коммуникацияның маңызын жетік түсінетін дәуірде осы байланыс орнатудың тетіктерін қолданбау үлкен қателік. Осы ретте халық пен өзара байланыс орната алмауы, қажетті деңгейде түсіндірме жұмыстарының жүргізілмеуі – білім реформасын жоспардағыдай жұмыс жасауына кедергі болуда. Халықты бүгін серіктес деп қарастыру абзал. Заман өзгеруде, халық – азаматтық қоғам. Ал азаматтық қоғам деген алып күш иесі. Күн санап өз мүмкіндігі мен әлеуетін жақсы түсіне бермек.

1. <http://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-i-perspektivy-deyatelnosti-svyaz-s-obschestvennostyu-v-rossiyskom-obrazovanii>
2. <http://elibrary.ru/item.asp?id=27389909>, edselr.27389909
3. Горохова В.М., Гринберг Т.Э. Связи с общественностью, Москва 2011
4. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Москва 2001
5. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции.- Москва 1991
6. <http://elibrary.ru/item.asp?id=20152430>, edselr.20152

### ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАЛАР

#### ЕРТАЙ Сағыныш Нұртайқызы

*Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, Журналистика және саясаттану факультеті,  
«Журналистика» мамандығының 1-курс магистранты*

Мақалада бүгінгі ақпараттық қоғамдағы Интернеттің орны, жаңа медиа мен Интернет журналистиканың қалыптасуы және маңызы қаралады.

Интернеттің қарқынды дамуы тек журналистика саласына ғана емес, тұтас әлеуметтік өмірімізге де әсерін тигізуде.