

Е. М. Баймұханов,
*жалпы білім беретін пәндер кафедрасының
доценті, саяси ғылымдарының кандидаты*
(Қазақстан Республикасы ИМ Б. Бейсенов атындағы Қарағанды академиясы)

**«САЯСАТТАНУ» ПӘНІН ОҚИТУ АЯСЫНДАҒЫ САЯСИ ПАРТИЯЛАР
МЕН ҚОЗҒАЛЫСТАРДЫ ЗАҢ АРҚЫЛЫ РЕТТЕУДІҢ КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ**

Отанымыздың бұқаралық ақпарат құралдарын зерттемес бұрын Қазақстан Республикасының БАҚ туралы заңына тоқталайық: бұқаралық ақпарат құралын шығаруды (эфирге шығаруды) тоқтата тұру және тоқтату 13-бабында былай деп көрсетілген.

1. Бұқаралық ақпарат құралын шығару (эфирге шығару) меншік иесінің немесе соттың шешімі бойынша тоқтатыла тұруы не тоқтатылуы мүмкін.

2. Басылымдардың бір немесе бірнеше нөмірінің шығарылуын, сондай-ақ радио және теледидар бағдарламаларының эфирге шығуын, өзге де бұқаралық ақпарат құралдарының шығарылуын уақытша тоқтату, тоқтата тұру деп түсініледі. Бұқаралық ақпарат құралын шығаруды (эфирге шығаруды) тоқтату тұру үш айдан аспайтын мерзімге жол беріледі.

3. Мемлекеттік құпияларды құрайтын мәліметтерді немесе заңмен қорғалатын өзге де құпияны жария ету, терроризмге қарсы операцияларды жүргізу кезеңінде олардың техникалық тәсілдері мен тактикасын ашатын ақпаратты тарату, есірткі құралдарын, психотроптық заттар мен прекурсорларды насихаттау; қатыгездік пен зорлық-зомбылықты, әлеуметтік, нәсілдік, ұлттық, діни, тектік-топтық және рулық басымдықты үгіттеу немесе насихаттау; порнографиялық және арнайы жыныстық-эротикалық сипаттағы радио және телебағдарламаларды тарату, сондай-ақ кино және бейнеөнімдерді көрсету осы Заңның 3-бабында, 10-бабының 3-2-тармағында көзделген талаптарды бұзу; сондай-ақ 14-бабының 3-1-тармағының, 15 және 16-баптарының талаптарын бір жыл ішінде қайталап бұзу белгіленген тәртіппен бұқаралық ақпарат құралдарының шығарылуын (эфирге шығуын) тоқтата тұруға негіз болып табылады¹.

Еліміз көп ұлтты мемлекет болғандықтан осындай заң актілерін қабылдау демократияның сара жолына түскендігінің белгісі болып табылады. Саясаттану пәнін оқытуда осы жоғарыдағы мәселелерді негізге алуымыз шарт. Сол себепті батыс елдердегідей саяси PR дамытуымыз керек. Еліміздегі саяси PR нарығының дамуына әсер етіп отырған жағдай — елдің ішкі және сыртқы ахуалы, бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы мәселелері, ақпарат саласында болып жатқан әртүрлі құбылыстар болып табылады. Тиімді ақпараттық жүйені қалыптастыру керектігін жеткізген Елбасы, қоғаммен байланыстың өз кезегінде еліміздегі барлық жұртшылыққа тең мүмкіндіктерді ашатындығын айтқан болатын. Осы тұста, «Қазақстан азаматтары әлемде, мемлекетте не болып жатқанын нақты түрде білуге құқылы», — деді Мемлекет басшысы ҚР Байланыс және ақпарат министрлігін Мәдениет министрлігінен бөліп, жеке құру туралы қабылдаған шешімінде¹. Сол себепті, саяси PR-ды кешенді зерттеудің қажеттілігі Қазақстандағы саяси жүйенің нақты тұрақтылығымен және ақпараттық қоғамды, бірыңғай ақпараттық кеңістікті және ақпараттық қауіпсіздікті сақтау мен қоғаммен байланысты нығайту қажеттіліктерінен туындап отыр. Қазіргі заманғы Қазақстандағы саяси өмір қоғамның барлық болмысына қатысты жаңарудың нәтижесі, әсіресе, оның ақпараттық-технологиялық, коммуникациялық жағын айтуға болады. Кеңестік саяси жүйенің ыдырауы қалыпты байланыстардың үзілуіне әкеп соқты және көбінесе жоғарыдан төмен болатын қатынастардың пайда болуына алып келді. Сонымен қатар саяси үдерістің, институттардың өзгеруімен «саяси PR», сайлау институты, жариялылық сияқты ұғымдар қоғамымызға ене бастады.

Бүгінгі күнде саяси PR қоғаммен байланыс орнатумен қоса, жетекшілердің танымал болуы мен саяси шыңға өрлеу жолында қолданатын бірден-бір құралға айналып отыр. Қазақстанның имиджін, бет-бейнесін шетелге таныту мақсатында ел Президенті Н. Ә. Назарбаевтың еңбегі орасан зор. Оны біз Елбасының беделінің жоғарылығы мен Қазақстанды бүкіл әлемге мойындатып отырғанынан-ақ байқауымызға болады. Осындай беделіміздің арқасында көптеген саяси, экономикалық, халықаралық ұйымдарға мүше болып отырмыз. Мәселен, ЕҚЫҰ-ға төрағалық етуіміз, осы Ұйымның Саммитін

өткізгеніміз және ғаламдық ауқымдағы іс-шара — ЭКСПО — 2017-ні өзінде өткізейін деп отырғаны осының куәсі.

Мамандардың елімізді басқа да дамыған елдерге тиімді әдістерді қолдана отырып, жағымды имидж және жүйелі жүргізілген PR шаралары арқасында өзін биіктен көрсете білуіне әсерін тигізіп отыр. Әсіресе сайлау кампаниясы кезінде кеңінен қолданылып, әртүрлі әдіс-құралдардың көмегімен азаматтардың психологиясына саналы да санасыз түрде әсер ету арқылы көрініс алады. Бірақ, осыған қарап саяси PR тек сайлау процесі кезінде ғана қолданылады деген теріс пікір қалыптаспауы қажет. Себебі демократия элементтерінің бірі ретінде саяси PR қандай да бір жаңа идея, саяси күштер мен партиялар пайда болғанда, қоғаммен екі жақты байланысты орнатуда, алдағы болатын саяси оқиғалар, ешкімге белгісіз тауар-кандидат ұсынылып отырғанда және бейтаныс саяси лидерді танымал ету мақсатымен қолданылатын саясаттанудың қолданбалы саласы болып табылады.

Кеңес үкіметі кезіндегі тәжірибе көрсеткендей, объективтіліктің, тиімділіктің, екі жақты саяси коммуникациялық байланыстардың жоқтығы болашақта әртүрлі саяси-әлеуметтік шиеленіске, түсініспеушілікке, күтпеген оқиғаларға, саяси институттардың заңдылығының құлдырауына, дағдарысты жағдайлардың пайда болуына алып келеді. Қазақстандық қоғамды жаңарту барысында саяси PR-дың алатын орны мен рөлін, оның болгариялық және басқа да шетелдік тәжірибелерді ескере отырып, елімізде қалыптасып келе жатқан өзіндік даму ерекшеліктері мен мәселелерін анықтау қажет. Сол себепті, саяси PR-дың Қазақстан Республикасындағы саяси субъектілердің өзара және қоғаммен арадағы өзара байланысты жүзеге асыруының ашықтығын, екі жақты терең байланысты орнатуға жол ашу үшін жағдайлар жасау, саяси PR-ды баспасөз, журналистикамен араластырмай, Елбасы өзі атап көрсеткендей: «Жаңа ақпараттық технологияларды енгізу, сонымен қатар басты назарды отандық БАҚ-ты одан әрі дамытуға, бірінші кезекте мемлекеттік тілде шығатын БАҚ-қа аударуы керек»ⁱⁱⁱ. Қарым-қатынастардың көпқырлылығын анықтау мен нығайтудың түрлі тәсілдері мен әдістерін зерттеу бүгінгі күннің өзекті мәселесі саналады. Саяси қоғаммен байланыс ақпараттың дамыған ғасырында саяси субъектілердің қоғамды басқарудағы, яғни, өз мақсаттарын жүзеге асырудағы, билік үшін күресте қолданылатын тиімді құралдарының бірі болып отыр. Қоғаммен байланыс саласындағы терминологиялық әртүрліліктің болмауы мақсатында нақты бір ғана термин «қоғаммен байланыс» бекітілуі қажеттігін тұжырымдаймыз. Қазіргі таңдағы саяси PR, Қазақстандағы саяси жүйедегі өзгерісті бейнелеп, ақпараттық технологияларға негізделген, билік пен қоғамның өзара қатынастарының дамуына мүмкіндік береді. Сонымен қатар, саяси PR билік үшін күресте қоғамның қолдауын қажет етеді, ал қоғам өз мүддесінің ескеріліп билікте жүзеге асуына ықпал жасауға себепші болады, яғни, бұл өзара келісімді қамтамасыз ететін негізгі басымдық екендігімен ерекшеленеді.

Қазақстандағы саяси PR қадамдарын пайдалану қажеттілігі көп жағдайда сайлау науқандары қарсаңында ғана нақтылы байқалады. Паблик рилейшнз технологиялары билік пен қоғамды жақындастыруда, яғни өзара түсіністік таныту арқылы еліміздегі саяси тұрақтылықты қамтамасыз ететін негізгі сенім құралы. Сондықтан да тек сайлауалды кампаниялары кезінде ғана емес, күнделікті саяси өмірімізде, билік органдарының екі жақты кері байланысты орнатудағы маңызды құралы болуы қажет. Біздің елімізде PR агенттіктердің қызметі әлі жеткілікті дамымаған және заңдылық базасы да толық қалыптаспай отыр. PR агенттіктерінің қызметі мемлекетіміздің саяси тұрғыдан тұрақты дамуындағы биліктің азаматтық қоғам ұйымдарымен ұдайы қарым-қатынас орнатудың тиімді мүмкіндіктерін ұсынады. Еліміздегі саяси PR-дың атқаратын қызметі тікелей саяси жаңарудың жемісі болып табылады.

Айта келе, мемлекеттік саясатты қалыптастыру барысындағы еліміздің имиджін атақ-даңқын асырудың құралы ретінде саяси PR-дың атқаратын қызметтерінің аясы күннен-күнге кеңейе түсуде. Әрине ол тек ұтымды да пайдалы қолданылса, тиімді әсер етсе ғана өз мақсатына жетіп, міндеттерін атқарады. Ол үшін мемлекеттіміз осы салаға да ерекше көңіл бөліп, қоғаммен байланыс саласын реттеу жолдары мен дамыту жағдайларын өзгерткен кезде ғана тиісті нәтижелерге әкелетіні белгілі.

Елбасы өзінің кейінгі «Қазақстан — 2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты жолдауында атап өткендей, «өз бойымызда және балаларымыздың бойында

жаңа қазақстандық патриотизмді тәрбиелеуіміз керек. Бұл ең алдымен елге және оның игіліктеріне деген мақтаныш сезімін ұялатады. Бірақ бүгінде қалыптасқан мемлекеттің жаңа даму кезеңінде бұл түсініктің өзі жеткіліксіз. Біз бұл мәселеге прагматикалық тұрғыдан қарауымыз керек». Осы кезекте сәтті және оңтайлы қолданылған PR технологиялары көмегімен жастардың патриоттық сезімдерін, патриоттық рухтарын көтеру жолдарын қарастыруға болады.

Саяси PR мемлекетті қоғамдық пікірді күштеу құралдарын қолданбай басқару, оның орнына компромисс, консенсус, өзара шектеуді қолдана отырып, Конституцияда айқындалғандай саяси қатысушылардың бостандығын қамтамасыз етеді. PR технологиялар мемлекеттік саясатты жүзеге асыру үшін арнайы кәсіби ұйымдасқан басқару түрі бола отырып, халық алдында билік органдарының позитивті бейнесін қалыптастыру арқылы жағымды қоғамдық пікір тудыруды мақсат етеді. Мемлекеттік PR-дың тиімділігі мен сапасын, әсер етуін күшейту үшін, алдымен мемлекеттік дәрежедегі PR қызметкерлерінің кәсібилік біліктілігін көтеру керектігі жөнінде мәселе өзекті болып отыр. Саяси PR-ды тиімді жүзеге асыру үшін мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттарын, мақсаты мен міндеттерін, коммуникация әдіс-тәсілдерін анықтап, көздеген аудиторияны таңдау, іс-шаралар жоспарын құруды қажет етеді. Осы орайда Елбасының қолға алып жүрген мемлекеттік қызметті кемелдендіру саясаты өте орынды деп есептейміз.

i Қазақстан Республикасының БАҚ туралы заңы // <http://online.zakon.kz>

ii Ахметов Д. С. Қазақстандағы ақпарат құралдарының даму тенденциялары. — Алматы, 2010.

iii «Қазақстан — 2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты: Қазақстан Республикасының Президенті, Елбасы Н. Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан. 2012. 15 желт. 1—8-б.