

ФШФ -

ISSN 1563-0242
ИНДЕКС 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

KazNU BULLETIN

Journalism series

№ 1 (35)

Алматы
«Қазақ университеті»
2014

25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының
Мәдениет және Ақпарат министрлігімен тіркелген

Қуәлік №956-Ж (алғашқы нөмірінің есепке қойылу уақыты 22.04.1992 ж. № 766)

Жылына 2 рет жарыққа шығады

Редакция алқасы:

Әбдиманұлы Ө. – филол. ғылымдарының докторы, профессор – (ғылыми редактор)
Мысаева Қ.Н. – филол. ғ.к., доцент (ғылыми редактордың орынбасары)
Дудинова Е.И. – филол. ғ.к., доцент (жауапты хатшы)
Велитченко С.Н. – филол.ғ.к., доцент (редактор)
Майлықұтова М.Ж. – аға оқытушы (редактор)

Ахметова Л.С. – тарих.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Барлыбаева С.Х. – тарих ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Беккер Р. – заң ғылымдарының докторы, Н. Коперник атындағы университеттің журналистика және
халықаралық қатынастар факультетінің деканы (Польша)
Браун М. – профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)
Валлес Т. – профессор, А. Мицкевич атындағы университет (Польша);
Жақып Б.Ө. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ҚР ҰҒА корреспондент-мүшесі
Ибраева Ф. Ж. – саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Қамзин К.К. – филол.ғ.д., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Қозыбаев С.Қ. – тарих ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Мархабаев А-Х.Ф. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Мельник Г.С. – саяси ғ.д., профессор, Санкт-Петербург мемлекеттік университеті
Медеубек С.М. – филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Нұрғожина Ш.И. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Окай А. – профессор, Ыстамбұл университеті (Түркия)
Сұлтанбаева Г.С. – саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Холтзаусен Д. – профессор, Оклахома штаты университеті (АҚШ)
Шыңғысова Н.Т. – филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Ғылыми басылым

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

№ 1 (35)

Редакторлар: Биекеева Ш., Усенова З.
Компьютерде беттеген Мухамедьярова К.

ИБ №7322

Басуға 20.02. 2014 жылы қол қойылды.
Пішімі 60x84 1/8. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.
Көлемі 25 б.т. Таралымы 500 дана. Тапсырыс №940.
Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің «Қазақ университеті» баспасы.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, 2014

МАЗМУНЫ

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

<u>1-бөлім</u>	<u>Раздел 1</u>	<u>Section 1</u>
Журналистика: қоғам, тіл, тарих, саясат, заң, экономика	Журналистика: общество, язык, история, политика, закон, экономика	Journalism: society, language, history, policy, law, economy
<i>Ибраева Г.Ж.</i> Журналистика данных – новый тренд казахстанских медиа.....3		
<i>Мысаева Қ.Н.</i> Ғаламдық журналистиканы оқытудың ерекшеліктері11		
<i>Султанбаева Г.С., Велитченко С.Н.</i> Роль гуманитарных технологий в формировании интеллектуального капитала нации15		
<i>Кенжеғұлова Н.С.</i> Заманауи қоғамның дамуындағы NET-журналистиканың мәселелері.....22		
<i>Қабылғазина К.</i> Білімді тәрбиемен ұштастыру – жеке тұлғаның қалыптасуының негізі.....26		
<i>Велитченко С.Н.</i> К вопросу о стратегиях формирования информационного общества.....29		
<i>Құрманбаева А.Ә.</i> Әлеуметтік журналистика. Дәстүрлі медиадағы экологияның көрінісі.....34		
<i>Дудинова Е.И.</i> Казахские медиа: эпоха информации или эпоха знаний.....38		
<i>Mukanova G.K.</i> S. Sadvokasov versus Stalinism: National Question in Central Asia / first half of the 20th century/.....41		
<i>Ергалиева Ж.А.</i> Защита интеллектуальной собственности (об отмене авторского права).....46		
<i>Әбдіхалық К.</i> Экология тақырыбына негізделген Мағжан өлеңдерінің басты идеясы.....50		
<i>Бисенбаев П.</i> Азаттық жыршысы.....54		
<i>Джананбаев М.А.</i> Отдельные вопросы реализации права журналиста на возмещение морального вреда.....58		
<u>2-бөлім</u>	<u>Раздел 2</u>	<u>Section 2</u>
Ақпарат әлемі	Мир информации	World of information
<i>Барлыбаева С.Х.</i> Современный процесс глобализации и СМИ64		
<i>Шыңғысова Н.Т.</i> Ішкі PR-корпоративті мәдениеттің негізі69		
<i>Жақсылықбаева Р.С.</i> Қазіргі қазақ баспасөзінің дамуы мен өзекті мәселелері72		
<i>Құрманбаева А.Ә., Әлімжанова А.Б.</i> Оқытудың озық технологиясы – қашықтан оқыту76		
<i>Негізбаева М.О.</i> Социальный PR – требование времени81		
<i>Alzhanova A.B.</i> Questions of development of education in Kazakhstan84		
<i>Мусинова А.А.</i> Профессионал высшей пробы88		
<i>Мирзоева Л.Ю.</i> Блог как особый вид масс-медиа и портрет языковой личности93		
<i>Туник Д.С., Мирзоева Л.Ю.</i> Изучение новых медиа: принципы анализа и перспективы100		
<i>Әшірбекова Г.Ш., Әбдіразақова А.Қ.</i> «Сары басылымдардың» типологиялық ерекшеліктері.....106		
<i>Сидоров О.Г.</i> Якутская интеллигенция и становление системы периодической печати112		
<i>Бахтиярова С.Б., Әбдіразақова А.Қ.</i> Сыр оңіріндегі балаларға арналған басылымдардың ерекшеліктері117		
<u>3-бөлім</u>	<u>Раздел 3</u>	<u>Section 3</u>
Көсемсөз және қоркөмсөз	Литература и публицистика	Literature and journalism
<i>Әбдиманұлы Ө.</i> Фаризаның ақындық әлемі123		
<i>Нургожина Ш.И.</i> Мастерство публицистического эссе Сағымбая Козыбаева129		
<i>Медеубек С.</i> Фольклор және шешенсөз.....133		
<i>Нүрпейісова А.Т.</i> Дулат Исабеков әңгімелеріндегі отбасылық құндылықтар мен кейіпкерлер болмысы138		
<i>Муканова Г.К.</i> Казахская Мона Лиза: Елизавета Садвокасова143		
<i>Смағұлов Ж.Қ., Абдикадинова А.Ж.</i> А. Сейдімбек зерттеулеріндегі қара өлеңдердің жанрлық ерекшеліктері148		
<i>Иманқұлова С. М.</i> Аспектуалдылық категориясы157		
<i>Мұхамбетұлы С., Әміргалиқызы Ш.</i> Табиғат поэзиясы немесе поэзия табиғаты161		

СОЖ 070

Н.Т. Шыңғысова

Журналистика факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
Қазақстан Республикасы, Алматы қ.
E-mail: nazgul_71@mail.ru

Ішкі PR – корпоративтік мәдениеттің негізі

Мақалада ішкі PR-дың маңызы көрсетіліп, корпоративтік басылымдар мекемедегі корпоративтік мәдениеттің негізі болып саналатын іс-шаралардың ұйымдастырылуы қарастырылады.

Түйін сөздер: ішкі коммуникация, тимбилдинг, корпоративтік іс-шаралар, команда құру.

N.T. Shyngyssova

Inner PR – basis of corporate culture

Corporate culture is one of the main components of the implementation of internal PR. This article discusses ways to building and maintaining a positive image of the company.

Keywords: internal communication, team building, corporate events, team building.

Н.Т. Шыңғысова

Внутренний PR – основа корпоративной культуры

Корпоративная культура является одним из основных компонентов реализации внутреннего PR. В статье рассматриваются пути формирования и поддержания положительного имиджа компании.

Ключевые слова: внутренняя коммуникация, тимбилдинг, корпоративные мероприятия, создание команды.

Қазіргі таңдағы жетекші – бұйрық берін, оның орындалуын бақылаумен шектелмейді. Өзі басқаратын ұжымда жағымды орта тудызып, қызметкерлерді жұмысқа ынталандыру қажет. Ішкі PR-ды ойлайтын ең алдымен компания басшысы болуы керек.

Ішкі коммуникацияның мақсаты – кері байланыс орнату, ақпараттандыру, өнімді арттыру. Ішкі коммуникация тиімді болу үшін қызметкерлерге компаниядағы болып жатқан маңызды мәселелердің барлығынан тұрақты ақпарат беру, қызметкерлерді компанияның күнделікті өміріне араластырып, барлық бөлімдегі қызметімен таныстыру, компанияның құндылығын сезіндіру қажет. Қызметкерлердің қоңіл-күйін анықтан, ынталандыру қажет.

Ішкі PR-ды қалыптастырудағы жиі кездесетін қателіктердің бірі – қызметкерлерге аса қажетті ақпараттың толық берілмеуі. Жақында «Kaspi банкке» қатысты оқиға бұған айқын дәлел. Банк бөлімшелерінде отырған менеджерлер

салымшыларға орын алған жағдайды түсіндіріп бере алған жоқ. Банктің беделіне нұқсан келтіріп, салымшылардың сенімін жоғалтуға бағытталған қасақана іс-әрекет екендігін білмеген халық банк бөлімшелерінде депозиттерін алу үшін кезекке тұрып, біраз зуре-сарсаңға түсті. Банк басшылығы тұтынушыларға түсіндіру жұмыстарын жүргізу үшін қажетті сұрақ-жауап парақшаларын, брошюралар мен баспа өнімдерін шығаруы тиіс еді. Жедел әрі бұқаралық ішкі PR-науқан ғана банк салымшыларына сенім ұялататын еді.

Қазақстанда қоғаммен байланыс саласында мамандықты қолдау мақсатында іс-шаралар өз деңгейінде жүргізіліп келеді. Түрлі байқаулар, сыйлықтар PR-мамандарының дамып, кәсіби өсуіне мотивация жасайды. Тәжірибе алмасып, бәсекелестікті қалыптастыруға мүмкіндік береді. Осы орайда компаниядағы ішкі PR-дың маңызы зор. Компанияның ішіндегі коммуникация өз деңгейінде болмаса, жұмыс өнімсіз, компанияның беделі төмен болады. Сондықтан

да алғашқы қадам компанияның ішіндегі PR-ды дамытудан басталуы тиіс. Ішкі PR қызметкерлер арасында тиімді коммуникация орнатуға бағытталған іс-шаралар, компанияның қызметкерлер алдындағы имиджі. Ішкі коммуникация тиімді болса, қызметкерлер жұмыстарын қызығушылықпен атқарады.

Ішкі коммуникацияның құралдарына интранет, корпоративтік басылымдар, тимбилдинг, корпоративтік іс-шаралар, ақпараттық тақталар, ішкі байқаулар, жарыстар, басшының ұжым мүшелерімен жиі кездесін, пікір алмасуы, ішкі жаңалықтар жатады.

Кәсіби білікті ұжымдық топ бүгінгідей қатаң бәсекелестік кезеңінде табысты бизнестің кепілі. Ұжымдық ашық, жағымды қарым-қатынасты қалай орнатуға болады деген сұрақ туа қалса, ауызға ең алдымен команда құрудағы тиімді құрал – тимбилдинг оралады. Ағылшын тілінен аударғанда «team building» – «команда құру» дегенді білдіреді. Ұжымды біріктіріп, ынтымақтастыруға арналған корпоративтік демалыс – тимбилдингті тек сауатты қолданғанда ғана нәтижесін көруге болады. Тимбилдинг немесе топтық тренинг барысында командалық машықты дамытуға арналған көптеген тәжірибиелік жаттығулар менеджмент саласында күзіреттілік қалыптастырады.

Тимбилдингтегі көптеген жаттығулар жеке қатысушының кедергіні жалғыз өзі жеңе алмайтындай, ұжымның нақты, ойластырылған іс-қимылы ғана табыс кілті болатындай түрде жасалған. Тимбилдинг барысында команданың мүшелерінде сипілік, өзгеріп тұрған оқиғаға тез бейімделушілік, төңірегіндегілерге түсіністікпен қарау, қажет кезінде илігіп, келісімге келу сияқты қасиеттер қалыптасады. Түрлі дене жаттығулары да пайдалы. Үздіксіз үрдіс болып саналатын тимбилдинг команданы құрудың негіздерін үйретеді. Команданың да даму кезеңдері бар. Тиімді команданы бұйрық берін басқару мүмкін емес. Тимбилдингтің тренингтерінен өту барысында мекемедегі кәсіби білікті мамандар тұрақталып, ішкі келіспеушіліктер азаяды, психологиялық қысым сейіледі. Бүгінде тимбилдингті корпоративтік іс-шаралар өткізетін фирмалар ұйымдастырады.

Командалық хартия – келісімдер жиынтығы. Онда команданың қалауы, мақсаты, маңызы және ұжымның бірлескен іс-әрекеті анық жазылады. Мекеменің құндылығы мен миссиясы командалық хартияның негізгі өзегін құрайды.

Миссия команданың қызметін анықтап, оның маңыздылығын түсіндіретін әрі мақсат қоюда және стратегияны анықтауда негізгі бағдар беруші құжат. Ұжымдық нормалар – команда мүшелері үшін негізгі мінез-құлық тәртіптері.

Корпоративтік іс-шараларды өз деңгейінде ұйымдастырып, өткізу ұжымның корпоративтік рухын көтеруге ықпал етеді. Қызметкерлердің арасында еркін, түсіністікке негізделген қарым-қатынас қалыптастырады. Алдымен корпоративтік іс-шараны жүргізудің Ережесін, нақты жоспар және бюджетті жасау қажет. Жалпы шығын аз кету үшін ішкі ресурстарды барынша тартып, қолданған жөн. Ішкі корпоративтік сайтта шара туралы ақпарат беру арқылы қызметкерлердің пікірін білу, іске жауаптыларды көбірек тағайындау қажет. Мамандар өткізілетін шараны жоба түрінде көрсетуді ұсынады. Өткізілген іс-шараның тиімділігі бюджеттің үнемделуінен, кері байланыстың орнауынан, қызметкерлердің бір-бірімен ортақ тіл табысуынан көрінеді.

Корпоративтік басылымдар корпоративтік мәдениетті қалыптастыруға, мекеменің ішкі коммуникациясын орнатуға, бақылауға ықпал ететін бірден-бір құрал болып табылады. Бұндай басылымдар тұтынушыларға да, компанияға жаңадан келген қызметкерлерге де мекеме қызметі туралы ақпарат береді.

Қазақстанда PR-шы клубы PR Форумы аясында корпоративтік басылымдардың байқауын жариялап келеді. Байқауға ішкі корпоративтік басылымдар мен сыртқы тұтынушыларға арналған баспа және электронды корпоративтік басылымдар қатыса алады. Соңғы жылдары осы байқауда үнемі алдыңғы қатардан көрініп жүрген «Kaspi банктің» корпоративтік журналында да кемшіліктер көп. Журнал тек сыртқы тұтынушыларға арналған. Алайда қазақ тіліндегі нұсқасы сіреспе аударма екендігін айту қажет.

Әлеуметтік желілерден ақпарат алу дамып отырған қазіргі кезеңде екі жақты коммуникация орнатуға аса ыңғайлы корпоративтік сайттардың артықшылығы көп. Біріншіден, онда материалдардың саны шектелмейді. Екіншіден, әлемнің кез келген нүктесіне ақпарат жеткізуге, ақпараттарды жаңартып тұруға мүмкіндік бар. Бұл сайттар арқылы компанияның қызметі, құрылымы, тауарлары туралы ақпараттар алуға болады. PR мамандары бұл сайттар арқылы әртүрлі қоғамдық топтармен жұмыс

істейді. Корпоративтік сайт сауатты жасалса, тұтынушылардың сатып алу туралы шешім қабылдауына ықпал етеді. Корпоративтік сайтта компанияның миссиясы, жаңалықтар, құрылымы, тауарлардың сипаттамасы, қызметкерлер және байланыс ақпараттары болады.

Компаниялар ақпараттық себеп табу, оны бұқаралық ақпарат құралдарына ұсынуды меңгеруде. Осы орайда кейбір мекемелер қоғаммен байланыс қызметін өзге агенттікке сеніп тапсырады. Компанияның аутсорсингтік агенттікті жалдауына әртүрлі жағдайлар ықпал етеді. Жалпы, компанияның нарықта табысты қызмет етуі, имиджінің көтеріліп, беделінің қалыптасуы, тауары мен қызметінің өтімділігі PR-маманының компаниядағы рөлімен тікелей бай-

ланысты. Егер, компаниядағы қызметкерлердің PR-саласында арнаулы білімі болмаса әрі компания ішінде PR-міндетті шешетін мүмкіндік болмаған жағдайда аутсорсингтік компанияны жалдауға тура келеді. Осы мәселеге байланысты зерттеуші мамандардың пікірі әртүрлі. Бірі агенттіктің қызметін томен бағалап, жұмысты сапасыз орындайды, бақылау мүмкіндігінен айырылу қаупі бар десе [1], екінші бір мамандар керісінше агенттік жұмысты өте сапалы әрі жедел орындап, тиімді нәтижеге жеткізеді деген пікір айтады [2].

Ішкі PR-қызметі компанияның ұйымдастыру мәдениетіне бағытталған. Қазіргі таңда Қазақстанда қоғаммен қарым-қатынас орнатудың түрлері дамып келеді деуге толық негіз бар.

Әдебиеттер

- 1 Домбай К. Казахстанский PR без понтов или как поднять компанию без рекламы. – Алматы, 2009. – 66 с.
- 2 Горкина М., Мамонтов А., Манн И. PR на 100%. – М., 2005. – 101 с.

References

- 1 Vel gloriam sine Dombay K. Kazakhstan PR ad tuam negotium vendo. Almaty, MMIX. – LXVI.
- 2 M.Gorkina., A.Mamontov., I.Mann. PR C%. M., MMV. – CI.