

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ПРЕЗИДЕНТІНІҢ ЖАНЫНДАҒЫ
МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ АКАДЕМИЯСЫ

Мемлекеттік саясаттың ұлттық мектебі

қолжазба құқығында

Калмаков Ерлан Болатович

**МЕМЛЕКЕТТІК ОРГАНДАР КОММУНИКАЦИЯЛАРЫНЫҢ
ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ**
(АСТАНА ҚАЛАСЫ ӘКІМДІГІНІҢ МЫСАЛЫНДА)

«7M041 Бизнес және басқару» даярлау бағыты бойынша
«7M04119 – Мемлекеттік басқару» білім беру бағдарламасы

Мемлекеттік басқару магистрі дәрежесін иелену үшін магистрлік жоба
(зерттеу)

Ғылыми жетекші _____ А.С. Жолдыбалина, PhD, профессор

Жоба (зерттеу) қорғауға жіберілді: 2024 жылғы «7» маусым

Мемлекеттік саясаттың ұлттық
мектебінің директоры _____ Т. Ж. Жақиянов, ә.ғ.к.

Астана, 2024

МАЗМҰНЫ

БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР.....	3
КІРІСПЕ.....	4
1. ТҰРҒЫНДАР МЕН МЕМЛЕКЕТ КОММУНИКАЦИЯСЫН- ДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ: НЕГІЗГІ ТЕОРИЯЛАР ЖӘНЕ ТӘСІЛДЕР.....	8
1.1. Коммуникациядағы әлеуметтік желі: анықтамасы және түрлері.....	8
1.2. Мемлекеттік органдардың коммуникациясында әлеуметтік желіні пайдаланудың халықаралық тәжірибесі.....	13
2. АСТАНА ҚАЛАСЫ ӘКІМДІГІНІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ҚЫЗМЕТІ: ҚАЗІРГІ АХУАЛЫ МЕН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ.....	20
2.1. Астана қаласы әкімдігінің мемлекеттік органдарының әлеуметтік желідегі жұмысын талдау.....	20
2.2. Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру стратегиясы және жолдары.....	29
ҚОРЫТЫНДЫ.....	35
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕР ТІЗІМІ.....	38
ҚОСЫМШАЛАР.....	41

БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

Бұл магистрлік жобада (зерттеуде) келесі белгілеулер мен қысқартулар қолданылады:

- БАҚ** – бұқаралық ақпарат құралдары
- БҰҰ** – Біріккен Ұлттар Ұйымы
- ҚР** – Қазақстан Республикасы
- РФ** – Ресей Федерациясы
- ҚХР** – Қытай Халық Республикасы
- АҚШ** – Америка Құрама Штаттары
- USAID** – АҚШ-тың халықаралық даму жөніндегі агенттігі (United States Agency for International Development)
- PR** – қоғаммен байланыс (Public Relations)

КІРІСПЕ

Мемлекет пен қоғам арасындағы коммуникация кез келген мемлекеттік стратегияны бұқараға жеткізуге, әр түрлі реформаларды тиімді іске асыруға және керісінше қоғамдық пікірге құлақ аса отырып, шешім қабылдауға мүмкіндік береді. Екі адамның өзара пікір алмасуы қаншалықты маңызды болса, мемлекет пен бұқараның байланысы да айрықша маңызға ие. Осы орайда ХХІ ғасырдағы коммуникацияның назар аударуға тұрарлық бір ерекше қасиеті бар. Қазіргі таңда халықпен байланыс орнатудың арналары әлдеқайда көп, тәсілдері де жетіп артылады. Дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарымен (БАҚ) қоса, мемлекеттік органдардың ресми сайттары, “Ашық үкімет” порталы және түрлі әлеуметтік желілердегі аккаунттар - ауқымды аудиторияны қамтуға әрі кері байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Солай бола тұра, қоғаммен өзара тиімді байланыс орнату бұрынғыдан қиындай түскен. Ақпарат көздерінің көбеюі Ғаламтор кеңістігінде орынды сын мен пікір алуандығына жол ашқаны сөзсіз. Сонымен қатар әлеуметтік желілер арқылы жалған ақпарат тарату және бүркеншік есімдерді жамылып негізсіз пікір қалдыру арқылы қоғамға іріткі салатын жағдайлар да жиі кездесетін болды. Мұндай қайшылықты жағдайлар мемлекеттік басқару жүйесінің қызметіне күмән тудырып қана қоймай, түрлі дағдарыстық жағдаяттарды туындатып, қоғамдық-саяси ахуалға қауіп төндіретін болды. Ақпараттық технологиялар көз ілестірмес жылдамдықпен қарыштап дамып жатқан уақытта, мемлекеттік органдар да сол өзгерістерге бейімделіп, өз жұмысында заманауи жаңалықтарды тез меңгеріп, қолдануға мүдделі болуы тиіс. Қалыптасқан жағдайды ескере отырып, біз жобамызға “Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру” деген тақырыпты арқау етіп алдық. Ауқымы кең тақырыпты бір магистрлік жобаның аясында толық зерттеп шығу мүмкін емес. Сондықтан біз Астана қаласы әкімдігінің мысалында жергілікті атқарушы органдардың әлеуметтік желілер арқылы тұрғындармен байланыс орнату мәселесіне кеңірек тоқталатын боламыз.

Тақырыптың өзектілігі.

Біріншіден, 2019 жылы ҚР Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасын ұсынды [1]. Осы уақыт аралығында халықпен кері байланыс орнатудың алғышарттары жасалды. Орталық мемлекеттік органдардың бірінші басшылары мен барлық деңгейдегі әкімдер әлеуметтік желілерде өз парақшаларын тіркеп, халықты құлақтандырудың заманауи тетіктерін қолдана бастады. Бұл өз кезегінде жүргізіліп жатқан реформалар, мемлекеттік бағдарламалар, бастамалар туралы тұрғындарға жедел әрі нақты ақпаратты тегін негізде ұсынуға

мүмкіндік берді. Алайда, бұл мүмкіндікті тиімді пайдалану жолдарын барлық мемлекеттік органдар мен мемлекеттік қызметшілер күні бүгінге дейін тең дәрежеде меңгеріп үлгерген жоқ. Соған қоса, әрбір облыс әкімдігінің ақпараттық саладағы саясаты әр түрлі. Мәселен, Шығыс Қазақстан облысы әкімдігінің Инстаграмдағы парақшасында 2023 жылғы 21 шілдеге дейін 45 жазба жарияланып, 537 адам тіркелген [2]. Содан кейін барлық ақпарат жаңадан тағайындалған облыс әкімі Е.Көшербаевтың жеке парақшасында жарияланатын болған. Қазіргі таңда бұл парақшада 220 жазба жарияланып, 13,8 мың адам тіркелген [3]. Ал, Алматы қаласының әкімі Е.Досаевтың парақшасында небары 53 жазба жарияланып, 3966 адам тіркелген [4]. Барлық ақпарат қала әкімдігінің парақшасына жинақталған, онда 5275 жазба жарияланып, 338 мың адам тіркелген [5]. Осылайша, бір мемлекеттік орган мекеменің, енді бір мемлекеттік орган жеке басшының парақшасын қолдануды, ілгерілетуді тиімді көрген. Яғни, мемлекеттік басқару құрылымдарының қызметіне қарастыра отырып, әлеуметтік желінің әлеуетін пайдалануда бірізділік жоқ екендігін көреміз.

Екіншіден, мемлекеттік органдардың жыл сайынғы бағалау бойынша «Ашық үкімет» порталының деректеріне сүйенсек «Жеке және заңды тұлғалармен байланыс» бағыты бойынша бірқатар жергілікті органдардың қызметі төмен бағаланған. Мәселен, Шымкент қаласы 2020 жылы 73,9 балл жинаса, 2021 жылы 59,6 балға дейін төмендеген. Павлодар облысы 2020 жылы 87,7 баллмен рейтингте бірінші орында тұрса, 2021 жылы 62,4 балға дейін төмендеп, 16 орынға түскен [6]. Бұл жерде де жергілікті атқарушы органдар қызметінде тұрғындармен байланысты нығайту жолындағы жұмыстың жүйелі жүргізілмей жатқандығын аңғаруға болады.

Үшіншіден, Қазақстанда әлеуметтік желі қолданушыларының саны күн сайын артуда, әрі оның қоғамдық-саяси өмірге ықпалы жоғарылап келеді. Бүгінде Facebook желісін қолданушы қазақстандықтар саны 12 миллионға жетсе, Instagram желісінде 11 млн. қолданушы тіркелген [7]. Яғни, қазақстандықтар әлеуметтік желіні ақпарат көзі ретінде белсенді пайдаланады. Алайда, осы уақытқа дейін елімізде мемлекеттік органдардың ақпараттық жұмысының тиімділігін арттырудың нақты әдіснамасы қалыптасқан жоқ. Күні бүгінге дейін мемлекеттік органдар үшін әлеуметтік желіде түскен өтініштерді қарау тәртібі бекітілмеген. Сонымен қатар, әлеуметтік желіде жарияланған жазбалар астында әртүрлі пікірлер жазылады. Бұл пікірлерге де жауап беру жолдары, алгоритмі де жеткілікті деңгейде қарастырылмай отыр. Оған қоса, әлеуметтік желілерде мемлекеттік бастамаларға, белгілі бір шешімдерге байланысты жалған ақпарат тарату фактілері жиі кездеседі. Мемлекеттік органдар ақпарат кеңістігінде, соның ішінде әлеуметтік желілермен жұмыс істеуде бір қадам қалыс қалып келе жатыр.

Төртіншіден, ҚР Президентінің 2023 жылғы 20 наурыздағы Жарлығымен «Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасы» бекітілген. Құжатқа сәйкес, еліміздің ақпараттық саясат саласындағы даму бағыттары тұжырымдалып, Үкіметке доктринаны іске асыру бойынша Іс-қимыл

жоспарын әзірлеу тапсырылған. Ақпараттық доктринадағы талдауға сүйенсек, «Мобильді Интернеттің дамуының арқасында әлеуметтік желілер ел халқының кем дегенде жартысы, негізінен жастар үшін негізгі ақпарат көзіне айналды (2021 жылғы әлеуметтанушылық зерттеулер респонденттердің 45,2%-ы әлеуметтік медиадан ақпарат алуды таңдайтынын көрсетті). Жаһандық мессенджерлер мен онлайн-платформалардың дамуы медиаиндустрияның архитектурасын түбегейлі түрде өзгертті. Жалған ақпарат көздерінің біріне айналып отырған кейбір әлеуметтік желілерді саясаттандырудың барынша өсуі байқалады. Медиа-нарықта әлеуметтік желілер мен мессенджерлердің пайда болуы тұтынушыға онлайн-режимде ақпарат алуға мүмкіндік бере отырып, ақпарат алмасу процесін түбегейлі түрде өзгертті» [8]. Солай дей тұра, Доктринаны іске асыру жөніндегі Іс-қимыл жоспарында осы бағыттағы нақты шаралар қарастырылмаған. Іс-қимыл жоспарындағы әлеуметтік медиаға қатысты шаралар мемлекеттік органдардың баспасөз хатшыларын оқыту, балалар мен жастарға арналған медиасауаттылық бойынша қосымшаны әзірлеу, қазақ мәдениетін насихаттайтын әлеуметтік медиа аккаунттарын ашу және қолданыстағыларын қолдаумен шектеледі [9]. Біздің пайымдауымызша, бұл шаралар еліміздің ақпараттық қауіпсіздігі тұрғысынан да, мемлекеттік саясатты жүргізудің тиімділігін арттыру тұрғысынан да аздық етеді.

Осылайша, мемлекеттік мекемелердің коммуникацияларын жетілдіру, әсіресе әлеуметтік желілер арқылы тұрғындармен тұрақты кері байланыс орнату мәселелерін зерделеу қазіргі таңда өте **өзекті**. Сол себепті біз зерттеу жұмысымызда мемлекеттік органдардың заманауи коммуникациялар, соның ішінде әлеуметтік желі арқылы халықпен өзара іс-қимылын жетілдірудің, тиімділігін арттырудың жолдарын іздестіру қажет деп санаймыз.

Жобамыздың **мақсаты** - мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттырудың жолдарын (тетіктерін) анықтау.

Міндеттері:

- Әлеуметтік желі ұғымының пайда болуы, оның түрлері мен жұмыс істеу тәсілдері және кері байланыс орнату құралы ретіндегі қызмет етуі тақырыбына бұрын жазылған ғылыми еңбектерді зерделеу;
- Әлеуметтік желіні қолдану жөніндегі әлем елдерінің тәжірибесін зерттеу;
- Астана қаласы әкімдігінің әлеуметтік желідегі жұмыс тәсілдеріне, ол жұмыстың тұрғындар тарапынан бағалануына талдау жасау;
- Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру жөніндегі ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу нысаны: Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметі.

Зерттеу пәні: Астана қаласы әкімдігінің тұрғындармен байланыс құралы ретіндегі әлеуметтік желідегі жұмыс тәсілдері.

Деректерді талдау үшін тандалған әдістердің қысқаша негіздемесі. Зерттеу жұмысымыздың барысында біз сандық және сапалық әдістерге сүйенетін боламыз.

Бірқатар қолданушылар арасында мемлекеттік органдардың бұқарамен байланыс орнатуына қатысты **әлеуметтік сауалнама** жүргізіп, қоғамдық пікірді саралаймыз. Бұл сауалнама нәтижесінде Елорда тұрғындарының Астана қаласы әкімдігінің бұқарамен байланыс, соның ішінде әлеуметтік желідегі коммуникациясымен қанағаттану деңгейін анықтаймыз. Сауалнамаға Астана қаласының Сарыарқа, Байқоңыр, Есіл, Нұра, Алматы аудандарында тұрып жатқан 130 респондент қамтылды. Респонденттерге мемлекеттік органдар қызметі туралы ақпарат алу дереккөздері, Астана қаласы әкімдігінің, жергілікті атқарушы мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілерде ақпарат тарату деңгейінің сапасы, оған деген сұраныс пен қызығушылықтың деңгейі, сонымен қатар осы жұмысты одан әрі жетілдіруге қатысты сұрақтар қойылды. Сапалық әдіс ретінде **сарапшылық сұхбат әдісі арқылы** саладағы сарапшылармен, белгілі мамандармен мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін сараптап, мүмкіндіктері мен келешегін зерделейміз. Сарапшылар ретінде Астана қаласы әкімдігінің коммуникацияға жауапты мамандары, медиа саласының өкілдері, PR саласының мамандары тартылды. Оларға Қазақстанның мемлекеттік ақпараттық саясаты, соның ішінде мемлекеттік органдардың ашықтығы, халықпен кері байланыс орнатуға мүдделі болуы, Астана қаласы әкімдігінің бұқарамен байланыс орнатудағы тәжірибесі, жергілікті атқарушы органдардың халықпен әлеуметтік желі арқылы кері байланыс орнатудың тиімді жолдары және одан әрі дамыту стратегиясы жайлы сұрақтар берілді.

Осы әдістер нақты жергілікті атқарушы органның мысалында әлеуметтік желілерді бұқарамен байланыс құралы ретінде тиімді пайдаланудың тетіктерін анықтауға тырыстық.

Күтілетін нәтиже:

Зерттеу жұмысымыздың нәтижесінде мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру жолдарын анықтап, соның ішінде әлеуметтік желінің әлеуетін қолданудың тиімді тетіктерін ұсынамыз. Оларды мемлекеттік органдардың қызметіне енгізу оның тиімділігін және халықтың сенім деңгейін арттыруға ықпал етеді.

Зерттеу жұмысының құрылымы:

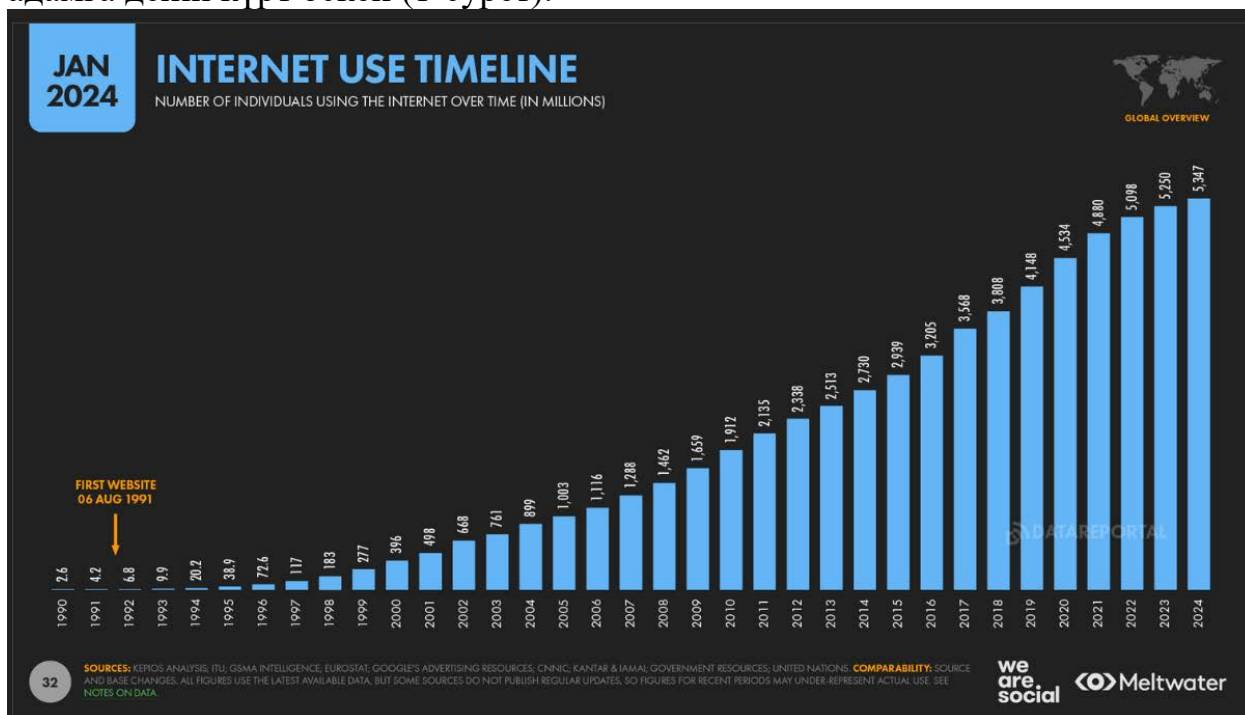
Магистрлік жоба (зерттеу) кіріспе, негізгі бөлім (2 тарау) және қорытынды бөлімнен тұрады. Жоба аясында жүргізілген зерттеу материалдары қосымша берілген. Зерттеу шеңберінде қолданылған әдебиеттер «Пайдаланылған дереккөздер тізімінде» көрсетілген. Сарапшылармен жүргізілген сұхбаттардың, қала тұрғындары арасында жүргізілген сауалнаманың материалдары қосымшада берілген.

1. ТҰРҒЫНДАР МЕН МЕМЛЕКЕТ КОММУНИКАЦИЯСЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ: НЕГІЗГІ ТЕОРИЯЛАР ЖӘНЕ ТӘСІЛДЕР

1.1. Коммуникациядағы әлеуметтік желі: анықтамасы және түрлері

Азаматтардың электронды қатысуы олардың ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың көмегімен шешім қабылдау және қоғамдық қызмет көрсету үдерісіне араласу мүмкіндігімен анықталады. Электронды қатысу: электронды ақпараттандыру (азаматтарға азаматтарға ақпарат беру), электронды консультация (онлайн тәртіпте қоғамдық талқылаулар өткізу), электронды шешім қабылдау (азаматтарды шешім қабылдау үдерісіне тарту) сияқты бағыттарды қамтиды. Электронды үкіметтің осы бағыттарын дамытудың маңыздылығына халықаралық деңгейде, соның ішінде Біріккен Ұлттар Ұйымының Бас ассамблеясы тарапынан ерекше мән берілген. Электронды қатысу құқықтық негіздер, ұйымдастыру негіздері, коммуникация каналдары және қызметпен қамту сияқты көрсеткіштер негізінде бағаланады. Электронды қатысудың негізгі технологиялары ретінде ашық деректер, мобильді қосымшалар және **әлеуметтік желілер** мойындалған [10]. Атап айтқанда, әлеуметтік желілер азаматтармен өзара байланыс кезінде қолжетімді әрі іске қосылған веб-сайттарды, платформаларды қолданғандықтан артық шығынды қажет етпейді. Мемлекеттік органдардың қызметінде әлеуметтік желілерді институционалдық негізде ілгерілету үшін арнайы құрылымдық бөлімшелер құрып, құзырлы мамандарды дайындау мәселесін шешу қажет. Алғаш рет желілік тәсілді өткен ғасырдың 30-жылдарында қоғамдық қатынастарды зерттеумен айналысқан Дж.Морено қолданады. Ғалым бұл тәсілді «социометрия» деп атап, қоғамдық топтардың ұйымдасуы және даму эволюциясын зерттеуде пайдаланады [11]. Дегенмен, бұл түсінік біздің бүгінгі ұғымымыздағы әлеуметтік желінің мазмұнын толық ашып бере алмайды. 90-жылдары С.Вассерман мен К.Фауст әлеуметтік желіні акторлар, яғни жеке және заңды тұлғалар, соның ішінде ұйымдар мен олардың арасындағы қатынастардың шектеулі санымен сипаттайды [12]. Қатынастар бағалау (достық, сүйіспеншілік), ресурс алмасу (жалға алу, қарыз беру), мүдделестік (қоғамдық бірлестікке мүше болу), қозғалыс (миграция, әлеуметтік мобильділік), ресми қатынастар, туыстық белгілер және т.б. негізінде орнауы мүмкін. Бірақ, бұл жерде әлеуметтік желі компьютерлердің, планшеттер мен смартфондардың бар-жоғынан тәуелсіз қоғамдық қатынастар құрылымы болып отыр. Біздің өмірімізге Интернеттің ену қарқыны қарым-қатынастардың жаңа виртуалды деңгейге шығуына тікелей ықпал етті. Зерттеулерге сүйенсек,

соңғы 30 жылда Интернет қолданушылар саны 20 млн. адамнан 5,3 млрд. адамға дейін күрт өскен (1-сурет).

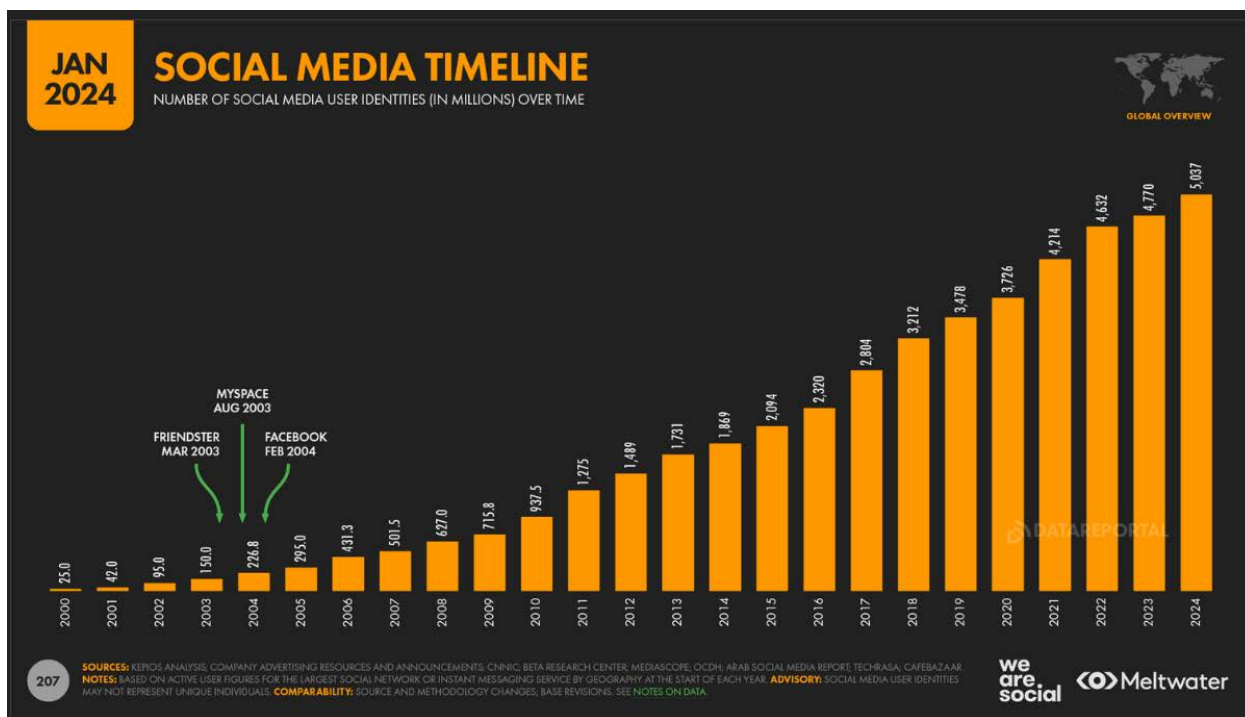


1-сурет - Интернет қолданушылар санының өсу қарқыны [13]

Бүгінгі қоғамда кең тараған мағынасындағы “әлеуметтік желі” ұғымы 2000-жылдардың басында қолданыла бастады.

2004 жылғы Оксфорд университетінің ағылшын тілі сөздігінде бұл ұғым “Әлеуметтік желідегі бизнес” атты бизнес және технологиялар бойынша Калифорнияда өткен конференциямен байланысты қарастырылған [14]. Бұл ретте заманауи технологиялардың, желілік бағдарламалардың көмегімен тұтынушыларды тартуға бағытталған маркетингтік құрал мағынасында ұсынылады. Бірақ, бұл тұжырымдар сол уақытта әлеуметтік желінің әлеуеті толық бағаланбағанын көрсетеді.

Мәселен, дәл сол жылы 4 ақпанда Марк Цукерберг өзі тұрып жатқан Гарвард жатақханасынан Facebook желісін алғаш рет қолданысқа енгізген болатын [14]. Бұдан бөлек те әлеуметтік желінің түрлері бәсекеге түсіп, әр түрлі аудиторияда қолданушыларды біріктіре бастады. Осы кезеңді әлеуметтік желі тарихындағы бетбұрысты кезең екенін қазір ғана сараптап көруге мүмкіндік туып отыр. Қазіргі таңда әлеуметтік желі қолданушылар саны 5 млрд. асып, Әлем халқының 62,3% құрады (2 сурет).



2-сурет - Әлеуметтік желілерді қолданушылар санының өсу қарқыны [13].

Осылайша әлеуметтік желіні қолданушылар саны күрт өсіп, адамдар арасындағы виртуалды байланыс нығайа түсті. Бұл ең алдымен алыс қашықтықтағы адамдардың қарым-қатынаста болуын қамтамасыз етсе, тағы бір себеп – адамдардың бір мақсат, бір мүдде төңірегінде топтасып, пікір алмасып, ой бөлісуіне мүмкіндік берді. Ең бастысы – бұл адамдардың (ұйымдардың) белгілі бір ақпаратты неғұрлым көбірек аудиторияға тез әрі арзан таратудың жолы болатын. Сондықтан, әлеуметтік желілер тек қана бизнес үшін емес, қоғамдық, саяси институттар үшін де өте тиімді құрал ретінде кеңінен қолданылатын жағдайға жетті.

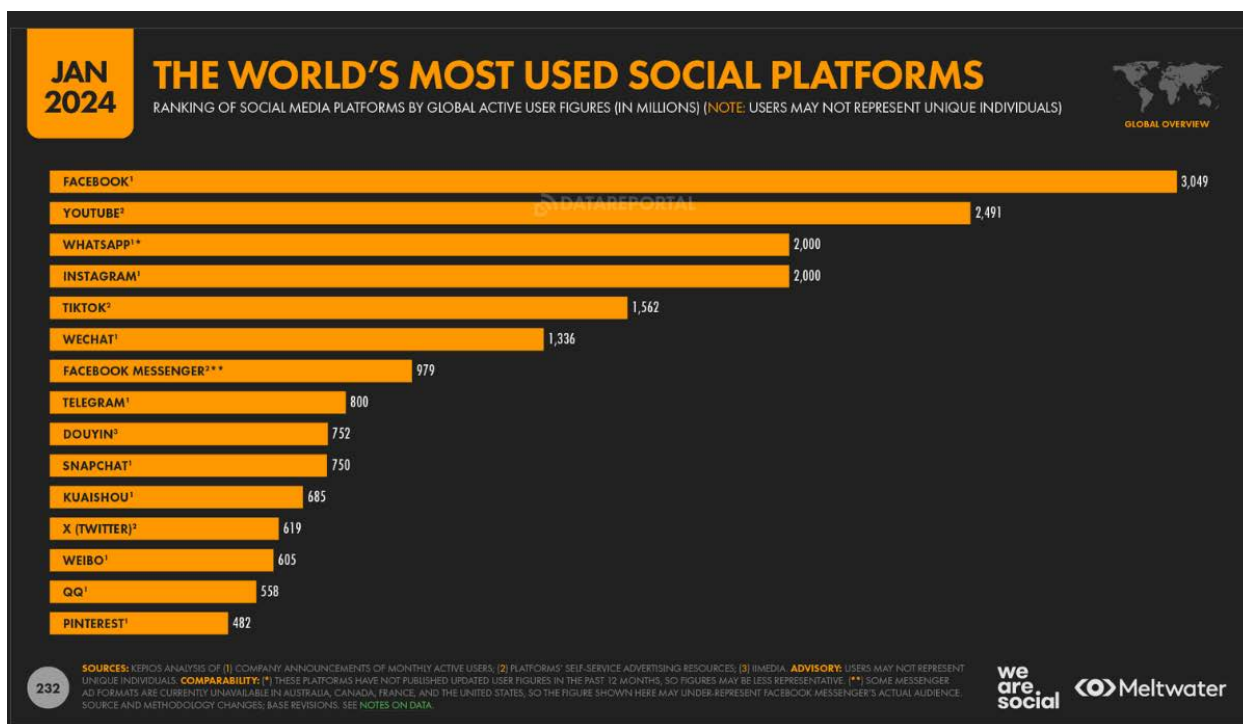
Осы орайда, Connie M.White ұсынған “әлеуметтік желілер - қолданушылардың онлайн-қауымдастықтар құрып, ақпарат, идеялар, жеке хабарламалар және басқа да контент бөлісуіне мүмкіндік беретін электронды қарым-қатынас формалары” деген анықтама біздің ұстанымымызға неғұрлым сәйкес келеді [15].

Әлеуметтік желілер санаулы секундтар ішінде белгілі бір ақпаратты, фото немесе бейнематериалды үлкен аудиториямен бөлісуге мүмкіндік береді. Бұл платформалардың басты артықшылығы – оның қолжетімді болуында. Негізінен, әлеуметтік желілерді қолдану тегін. Тек кейбір қызмет түрлері, маркетингтік тетіктері ақпарат таратушылар, жарнама берушілер үшін ақылы болуы мүмкін. Бұқарамен байланыс орнатуда мемлекеттік органдарға қолданушысы көп, әрі бюджеттік шығындарды қажет етпейтін осындай алаңдарды пайдалану өте тиімді. Ең бастысы, әлеуметтік желіні ұтымды қолданатын, қажетті біліктілігі бар мамандарды тарта білу керек. Ондай мүмкіндік болмаған жағдайда, бар мамандарды әлеуметтік медиамен жұмыс бағыттары бойынша оқыту қажет.

Осы тұста база назар аударатын жағдай, әлеуметтік желілер қоғамның көңіл-күйін білдіріп қана қоймай, сол арқылы мемлекеттік органдарға тікелей сұрақ қоя алатын, белгілі бір саяси шешімдерді талқыға салатын, тіпті қоғамның ыңғайына қарай жаңа шешім шығаруға итермелейтін ықпалды құралға айналды. Сондықтан бұдан былай мемлекеттік органдар әлеуметтік желідегі тараған ақпаратпен, туындаған жағдаймен және оның болжамды нәтижесімен санасуға да бейімделуі тиіс.

Уақыт өткен сайын ақпараттық кеңістікте әлеуметтік желілердің жаңа түрлерінің пайда болуы қалыпты жағдайға айналды. Әлеуметтік желілердің мазмұны мен интерфейсіне қарай, аудиториясы да ерекшеленіп отырады. Facebook желісі ересек адамдардың, зиялы қауым өкілдерінің, ғылыми қауымдастық пен журналистердің топтасатын алаңы болса, Instagram желісінде өнер жұлдыздарын, шығармашылық адамдарын, вайнерлар мен блогерлерді жиі кездестіреміз. Сәйкесінше, бұл әлеуметтік желінің аудиториясында жастар мен орта жастағы адамдар саны басым. Twitter микроблогтар қызметі ретінде қарастырылып, қолданушыларға қысқа мәтіндік хабарламалар таратуға мүмкіндік береді. Бұл желінің басты ерекшелігі – парақша иесіне жазылмай-ақ, оның жазбаларын оқуға болады. Батыста бұл желі саяси қайраткерлердің, мемлекет және үкімет басшыларының ресми мәлімдеме жасайтын мінберіне айналған. Сол себепті, бұл желіні саяси алаң ретінде қарастыруға болады. Кейінгі уақытта Tik-Tok қолданушыларының саны күрт өсті. Бұл бірінші кезекте ондағы бейнероликтердің қысқа болуына, ұсынған материалды жеңіл қабылдауға мүмкін болуына байланысты. Бір қызығы, әлеуметтік желілердің мазмұнына өңірдің ерекшеліктері де ықпалын тигізеді. Мәселен, Қазақстан және Орталық Азия елдерінде Facebook желісі неғұрлым саяси сипатқа ие. Facebook пен Twitter желілерінің тағы бір айырмашылығы - олардың жұмыс алгоритміне байланысты. Facebook арқылы қолданушы өзінің оқырмандар аудиториясын, олардың әрекет ету мүмкіндіктерін шектей алады. Ал, Twitter желісінде қолданушы кез-келген адамның парақшасын еркін оқи алады, әрі белгілі бір өзекті тақырыпты жүйеге енбей-ақ сырттан бақылай алады. Бұл мүмкіндік желінің интерактивтілігін және ашықтығын қамтамасыз етеді [16]. Сондықтан мемлекеттік органдар өз қызметінде әлеуметтік желілердің түрлі ерекшеліктерін үнемі ескеріп отыруы тиіс. Әр түрлі әлеуметтік желіге жүктелетін ақпарат сол желінің форматына, аудиториясына қарай бейімделуі қажет. Әлеуметтік желінің түріне қарай қолданушылар аудиториясы да қалыптасқан. Бірақ, бұл аудитория негізгі әлеуметтік желілер арасындағы бәсекелестікке қарай өзгерістерге ұшырап отырады.

Жыл басындағы көрсеткіштерге сәйкес, әлеуметтік желілер арасында 3,049 млрд. аккаунтпен Facebook көш бастап тұр. Youtube қолданушылары 2,4 млрд. асса, үшінші орында 2,0 млрд. қолданушысы бар WhatsApp пен Instagram жайғасқан. Дегенмен, соңғы бір жыл ішінде TikTok желісіне 500 млн. қолданушы тіркеліп, жаңа әлеуметтік желі 1,5 млрд. қолданушымен тартысты бәсекеге түсуде (3-сурет).



3-сурет - Әлеуметтік желінің түрлері бойынша қолданушылар саны [13].

Қазақстанда әлеуметтік желілерді пайдаланушылардың жалпы саны 3,7 миллионға өсті. Осылайша халықтың 71,5%-ы әлеуметтік желілерді белсенді пайдаланып, әлемдік орташа көрсеткіштен (62,3%) асып түсті. Соңғы бір жыл ішінде Instagram аудиториясы 16% (1,7 млн), Facebook 18% (400 мың), LinkedIn 17% (200 мың) өсті. Соңғы жылдағы ең жоғарғы өсім көрсеткіші TikTok әлеуметтік желісіне тиесілі, оны қолданушылар 3,7 миллионға (35%) өсті [13].

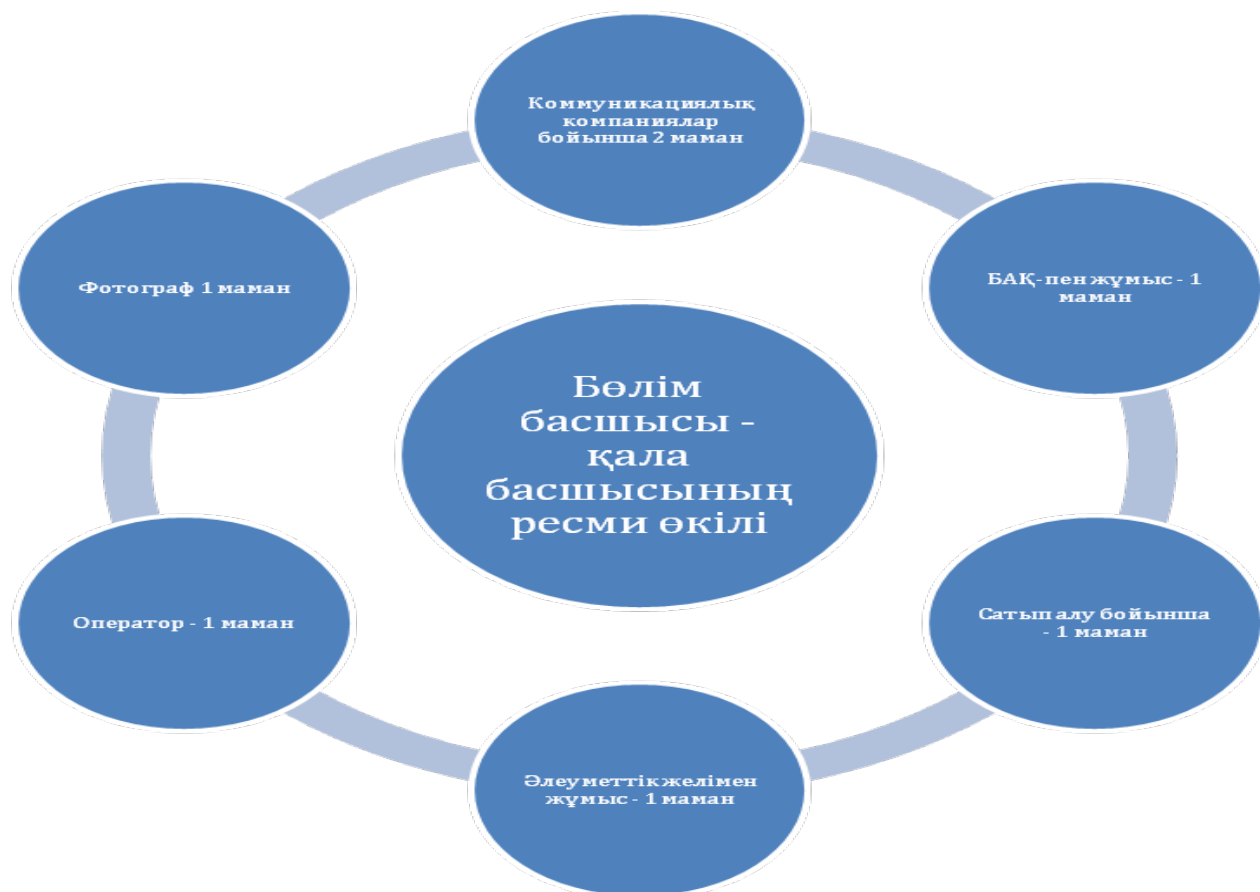
Мемлекеттік органдар әлеуметтік желі нарығын зерттей отырып, әр аудиторияға лайықты ақпарат өнімдерін әзірлеп таратуға дағдылануы тиіс. Ақпараттық доктринаның талдауында көрсетілгендей, «мәтіннің немесе бейненің үзіндісі түріндегі қысқа және жеңіл контенттің таны малдылығы бұқаралық аудитория күрделі және құрылымдалған ақпарат қабылдауды тоқтататын медиатұтыну әдеттерінің өзгеруіне алып келеді» [8]. Тұтынушылардың талғамына сәйкес және оппоненттердің қолданатын тәсілдерін ескере отырып, мемлекеттік органдар да мемлекеттік саясаттың басым бағыттары мен өз қызметінің негізгі идеялары туралы ақпаратты заманауи форматта ұсынуға бейімделуі қажет. Біздің пайымдауымызша, әлеуметтік медианың түріне қарамастан, бұл жерде ақпараттың құндылығын және мемлекеттік органның сенім деңгейін арттыратын негізгі көрсеткіштер: жеделдік, ашықтық және кәсібилік болып қала береді. Осы қағидаттар сақталған жағдайда кез-келген әлеуметтік желі мен мессенджерлерде тұрақты оқырмандар қалыптастырып, сенім деңгейін одан әрі нығайтуға мүмкіндік бар.

1.2. Мемлекеттік органдардың коммуникациясында әлеуметтік желіні пайдаланудың халықаралық тәжірибесі

Кез келген мәселені ғылыми тұрғыдан қарастыру кезінде осы бағыттағы халықаралық тәжірибені зерделеу – осы уақытқа дейінгі тиімді және тиімсіз шешімдерді саралауға, олардың озық үлгілерін сараптап, тиісті ұсыным беруге мүмкіндік береді. Осы орайда біз мемлекеттік органдардың коммуникация құралдарын пайдаланудағы әлемдік тәжірибесін тереңірек зерттеуге мән бердік. Біз көптеген мемлекеттердің осы саладағы қызметін қарастыра келе, бірнеше елдің тәжірибесіне баса назар аудару керек деп шештік. Бірінші кезекте, Қазақстанмен тағдырлас, яғни бір мезгілде тәуелсіздік алып, дамудың жаңа сатысына көшкен посткеңестік елдердің тәжірибесіне үнілуді жөн көрдік. Бұл ретте, ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының оқу бағдарламасына сәйкес Литва мемлекетінде халықаралық тағылымдамадан өту - осы елдің тәжірибесін жан-жақты қарастыруға жағдай жасады. Екінші кезекте, Қазақстанмен көршілес елдердің (РФ, ҚХР) тәжірибесіне мән бердік. Себебі, көрші елдердің мемлекеттік ақпараттық саясаты, мемлекеттік органдарының жұмыс үлгісі біздің нарыққа да белгілі бір дәрежеде ықпал етпей қоймайды. Үшінші кезекте, біздің пайымдауымызша әр түрлі елдердегі неғұрлым тиімді ұйымдастырылған жұмыс үлгілерін (АҚШ т.б.) қарастырып, шолуға тырыстық.

Литва

2024 жылғы 4-15 наурыз аралығында Литва Республикасының астанасы Вильнюстегі Миколас Ромерис университетінде халықаралық тағылымдамадан өттік. Халықаралық тағылымдама аясында бірқатар мемлекеттік органның жұмысымен танысу мүмкіндігі берілді. Осы орайда Литва мемлекетінің жергілікті өзін-өзі басқару саласындағы тәжірибесі назар аударуға тұрарлық. Оған Вильнюс жергілікті өзін-өзі басқару кеңсесінің қызметі дәлел бола алады. Қаланың тұрмыс-тіршілігіне қатысты көптеген сұрақтар өзін-өзі басқару жүйесі арқылы шешілген. Бұл мемлекеттің ықпалын азайтып қана қоймай, қоғамның жауапкершілігін арттыратыны анық. Шаһар басшысы жергілікті өзін-өзі басқару жүйесі арқылы сайланады. Ол да жоғары тұрған мемлекеттік органдарға бағыныстылық тұрғысынан емес, азаматтар алдындағы жауапкершілік тұрғысынан белсенді қызмет атқарады. Әрбір қабылданған шешім, атқарылған жұмыс туралы ақпарат бұқаралық ақпарат құралдары, жергілікті өзін өзі басқару жүйесінің сайты және әлеуметтік желідегі парақшалары арқылы қала тұрғындарына жеткізіліп отырады. Магистрлік жоба тақырыбына сәйкес, жергілікті өзін-өзі атқарушы органның коммуникацияларды пайдалану тәжірибесі зерделенді. Мұнда бұқаралық ақпарат құралдарымен және қала тұрғындарымен тығыз байланыс орнату мақсатында коммуникация департаменті құрылған. Департамент шамамен 15 жыл бұрын құрылған. Департаментте 8 адам жұмыс істейді (4-сурет).



4-сурет - Коммуникация департаментінің құрылымы

Департаменттің негізгі қызметі: ақпараттық науқанды бастау, бұқаралық ақпарат құралдарымен қарым-қатынасты сақтау, тұрғындарды жаңа саяси шешімдер мен қалада болып жатқан оқиғалар туралы хабардар ету, шешім қабылдауға жұртшылықты тарту. Жергілікті өзін-өзі басқару органы әлеуметтік желілерде Facebook, Instagram, LinkedIn-де танымал. Youtube-те “Вильнюс әңгімесі” атты арнайы подкаст бар. Ең көп сұранысқа ие - Facebook желісіндегі парақшаға 80 мыңға жуық адам жазылған [17]. Facebook мессенджерін Тұтынушыларға қызмет көрсету бөлімі басқарады. Әлеуметтік желілерге түскен өтініштерге күн сайын мониторинг жасалады, демалыс күндері кестеге сәйкес кезекшілік қарастырылған. Кейде басқа бөлімдерден қосымша ақпарат жинақтау себебінен тез жауап беру мүмкін болмайды. Бірақ, әлеуметтік желілерден түскен өтініштер есепке алынбайды, арнайы статистика немесе мазмұндық талдау жүргізілмейді. Коммуникация департаменті азаматтар үшін ақпаратты тез, жан-жақты және тартымды ұсынуға бағдарланған. Мемлекеттік мекеме ретінде емес, байланыс/ақпарат агенттігі ретінде жұмыс істеуге бейімделген. Бұл қоғам тарапынан сенім деңгейін арттыруға септігін тигізеді.

Литваның белгілі саясаттанушысы, Миколас Ромерис университеті журналистика факультетінің профессоры Рита Урбонайтемен болған сарапшылық сұқбат осы елдің мемлекеттік органдарының коммуникациялық қызметін бағамдауға мүмкіндік берді. Сарапшының пікірінше, жалпы елдің

ақпараттық саясаты демократиялық құндылықтарға негізделген. Журналистер қауымдастығы мен қоғам өкілдерінің белсенділігі мемлекеттік органдардың ашық қызмет көрсетуіне, кері байланысты нығайтуына тікелей ықпал етіп отырады. Саясаттанушы өзінің Youtube арнасында саяси қайраткерлерді ашық сұқбатқа шақыратынын, дегенмен кейбір мемлекеттік орган басшылары оған дайын еместігін атап көрсетті. Р.Урбонайтенің айтуынша, белгілі бір мемлекеттік органдардың баспасөз хатшылары танымал журналистермен бірлесе жұмыс істеуге, ақпарат таратуда ынтымақтастық орнатуға мүдделі екен. Дегенмен, жекелеген саяси қайраткерлер халықпен кері байланыс орнатуда, әлеуметтік желінің әлеуетін пайдалануда қателіктер жіберетінін сынға алды.

Халықаралық тағылымдама аясында Миколас Ромерис университетінің кітапханасында диссертация тақырыбы бойынша халықаралық тәжірибеге қатысты мәліметтер жинақталды. Университет кітапханасы өте бай. Кітапхана қорында 200 мың кітап, 250 мың электронды оқулық бар. Сонымен қатар, университет арнайы жазылған 45 ақпараттық ресурсты еркін қолдануға мүмкіндік бар. Кітапханадағы жұмыс барысында магистрлік жоба тақырыбына қажетті көптеген әдебиеттер жинақталды. Соның ішінде мемлекеттік органдар коммуникацияларына қатысты шет ел тәжірибесін зерделедік.

Қытай Халық Республикасы

“A battlefield for public opinion struggle”: how does news consumption from different sources on social media influence government satisfaction in China?” материалында Қытай тәжірибесіне шолу жасалған. Авторлар Иянь Чжан мен Лэй Го Қытай Халық Республикасында WeChat және Weibo сияқты екі әлеуметтік желі неғұрлым көп сұранысқа ие екендігін атап көрсетеді. Қазіргі Қытай әкімшілігі әлеуметтік желілер ресми дискурс және оған қарсы шыққандар арасындағы “қоғамдық пікірдің басты шайқасы” ретінде қабылдайды. 2882 ересек қытайлықтар қатысқан сауалнама көрсеткендей, Weibo және WeChat негізгі әлеуметтік медиа платформаларындағы Үкіметтің жаңалықтарын тұтыну - елдің азаматтарының орталық мемлекеттік органдарының қызметіне қанағаттануына ықпал ететіні анықталған [18].

Қытай үкіметі бір жағынан Ғаламтордағы еркіндікті шектеуге тырысқанымен, екінші жағынан әлеуметтік желілер арқылы мемлекет туралы оң ақпаратты белсенді таратуға көшкен, сол арқылы онлайн-пікірталастың формасын өзгертуге мүдделі. Мұның бір айқын көрінісі Қытай үкіметі кейінгі жылдары бұқаралық ақпарат құралдарының әлеуметтік желілерде ресми парақшаларын ашып, ақпарат таратуына ашық қолдау көрсетіп келеді. БАҚ-ы цифрландыруға ресми қолдау көрсету мақсатында “Интернет плюс” атты арнайы жоспар қабылдаған. Орталық үкімет негізгі БАҚ-ты цифрландыруға инвестиция салуы арқылы осы саланы толық бақылауға алып, тиісті ақпарат тарату жолымен үкімет қызметіне халықтың қанағаттану деңгейіне ықпал еткісі келеді. Бұған қоса, Қытайдың орталық үкіметі мемлекеттік органдардың Ғаламтордағы белсенділігін арттыруды ынталандырып отыр. Әлеуметтік желі

негізіндегі электронды басқару - мемлекеттік органдар қызметінің Ғаламтордағы қызметін бағалаудың басты индикаторы ретінде қарастырылады. Бұл орайда орталық мемлекеттік органдардың белсенділігі байқалады. Алайда, кейбір ресурс жағынан шектеулі шағын жергілікті атқарушы органдар үшін мұндай талап әділетсіз көрінуі мүмкін. Орталық үкімет “жұмыс нәтижесі тиімсіз” деген желеумен бірқатар жергілікті атқарушы органның Ғаламтордағы қызметіне, әлеуметтік желідегі парақшаларын жүргізуге тыйым салған. Осылайша, Қытай үкіметі мемлекеттік органдарға әлеуметтік желіде жұмыс жүргізу тұрғысынан нақты талаптар қойып, ынталандыру және жазалау жүйесіне де сәйкес индикаторлар енгізгеніне көз жеткіземіз.

Сонымен қатар, әлеуметтік желілердің кеңінен қолданылуы жалпы алғанда Қытай қоғамында демократияның дамуына ықпал ететінін жоққа шығаруға болмайды. Бұл әлеуметтік желілердің түрлеріне байланысты орын алатын үдерістерден көрініс тауып отыр. Weibo көбіне бейтаныс адамдар арасында ақпарат таратып, алмасады, бұл Twitter сияқты ашық пікір алаңына ұқсайды. WeChat керісінше тұрақты байланыстағы адамдар арасында хабар алмасуға арналған. Ондағы жасырын хабар алмасу функциялары бұл әлеуметтік желіге деген сенімді жоғарылатады. Сол себепті Қытай үкіметі Weibo желісін қатаң бақылауға алған жолмен емес, WeChat желісінде бұқарамен берік байланыс орнатуға, сенімді диалог құруға мүдделі болуға тиіс деп есептейміз.

Қазіргі таңда зерттеуде аталған екі әлеуметтік желіні айына 1,1 млрд. және 533 млн. қолданатынын ескерсек, авторитарлық режим басым Қытай үкіметінің өзі үлкен аудиториямен байланыс орнатуда әлеуметтік желінің әлеуетін тиімді пайдалануға мүдделі деген қорытындыға келеміз. Тағы бір айта кететін жайт - аудиториясының кеңдігіне, техникалық ерекшеліктеріне қарамастан, бұл жоғарыда аталған екі желі Қазақстанда сұранысқа ие бола қойған жоқ. Демек, ақпараттық саясат тұрғысынан алғанда, бұл желідегі қалыптасқан трендтерді біздің елімізде қолдану мүмкіндігі де, ақпараттық кеңістікке ықпал ету ықтималдығы да төмен.

Ресей Федерациясы

Көршілес мемлекеттердің тәжірибесі Қазақстандағы ғаламтор кеңістігіне, жалпы қоғамдағы қатынастарға ықпал ететіні анық. Қазақстандағы халықтың этникалық құрамын, орыс тілінің кең қолданылуын және шекаралас өңірлердің терең интеграциясын ескере отырып, Ресей Федерациясындағы ақпараттық кеңістіктің біздің елімізге ықпалы зор екені сөзсіз. Сол себепті, РФ мемлекеттік органдарының әлеуметтік медиадағы қызметі, тұрғындардың әлеуметтік желідегі қарым-қатынас мәдениеті және мемлекеттік мекемелердің кері байланыс орнату тәжірибесін зерделеу біз үшін ерекше маңызды.

Қазіргі таңда Ресей Федерациясында мемлекеттік органдардың іс тәжірибесінде әлеуметтік медианы қолданудың бірқатар оң тәжірибесі бар. Төтенше жағдайлар министрлігі түрлі төтенше жағдайлар кезінде халықты ақпараттандыру үшін әлеуметтік желінің әлеуетін кеңінен қолданады. Денсаулық сақтау министрлігі халықпен кері байланыс орнатуға, түрлі

өтініштер қабылдауға әлеуметтік медиа ресурстарын тиімді қолданады. Өңірлер кескінінде Мәскеу, Краснодар, Челябині облыстарының губернаторлары халықпен әлеуметтік желі арқылы байланыс орнатуда белсенді қызмет атқарады.

Әлеуметтік желілердің түріне қарай халық арасында қолданылуын қарастыратын болсақ, 2022 жылға дейін Instagram желісі танымал болғанын байқауға болады. Геосаяси жағдайдың ушығуына байланысты, Meta компаниясының ашық қарсылығынан кейін Ресей билігі ресми түрде осы компанияның өнімдерімен жұмыс істеуден бас тартты. Әрі Instagram желісін қолдануға бірқатар техникалық шектеулер енгізілді. Сондықтан, қазіргі таңда ВКонтакте әлеуметтік желісі мен Telegram мессенджері кең қолданыста, олардың құрылтайшысы ресейлік компания екені айтпаса да түсінікті. Мемлекеттік органдар да халықты ақпараттандыру және кері байланыс орнату үшін аталған әлеуметтік медианы белсенді пайдалана бастады.

Mediascore компаниясының зерттеуіне сүйенсек халық арасында танымалдық жағынан 2023 жыл рейтингін Telegram мессенджері бастап тұр. Аталмыш компанияның сауалнама қорытындысына сәйкес, ресейліктердің 91%-ы осы мессенджерді пайдаланады. Екінші орында ВКонтакте желісі тұр, есепке сәйкес бұл желі Ресей интернет-аудиториясының 85%-ын қамтыған. Алғашқы үштікке Tik-tok желісі ілігіп отыр, зерттеу деректеріне сүйенсек, бұл желіге ресейлік қолданушылардың 44%-ы тіркелген [19].

2023 жылы Tgstat компаниясы ауқымды зерттеу жүргізді. Оған 50 мың адам қатысқан. Зерттеу деректеріне сүйенсек, Telegram-ды қолданушылар саны айына 85 млн. адамға жеткен. Ең бастысы бұл желіні қолданушылардың жас ерекшеліктері назар аударуға тұрарлық. Telegram желісін қолданушылардың басым бөлігі (29%) 25-34 жас аралығында. 35-44 жас аралығындағы қолданушылардың үлес салмағы 24% шамасында. Қолданушылардың 21% бөлігін 45 жастан асқандар құраған. Яғни, бұл желіні қолданушылар - жұмыс істейтін, жоғары және кәсіби білім алған ересек тұрғындар. Оларды мемлекеттік саясаттың басым бағыттары, мемлекеттік органдардың қызметі туралы осы желі арқылы ақпараттандыруға мүмкіндік бар. Сол себепті де, РФ мемлекеттік органдары бұл мессенджердің әлеуетін тиімді пайдалануға мүдделі [20].

Қазақстанда орыс тілінің этносаралық қатынас тілі екенін ескерсек, әрі қолдану кезінде жеке деректерді жасырудың техникалық мүмкіндіктеріне қарай отырып, ресейлік Telegram желісінің біздің елімізде қолдану ауқымы кеңейіп келеді. Сондықтан, Қазақстандағы мемлекеттік органдар осы мессенджердің әлеуетіне назар аударып, халықпен кері байланыс орнату тетіктерін зерделегені дұрыс деп пайымдаймыз.

Америка Құрама Штаттары

Әлбетте, АҚШ тәжірибесін зерделеуде, оны кез келген сол күйінде қайталап іске асыру мүмкін еместігін жете түсінеміз. Алайда, АҚШ көптеген демократиялық үрдістер бойынша озық тәжірибелі мемлекет екендігін мойындау керек. Сонымен қатар, АҚШ-тың үлкен қалаларының тәжірибесін

Қазақстанның халық саны аз қалаларына қолдана алмайтынымыз анық. Сол себепті, халық саны шамалас Небраска штатының тәжірибесін негізге алдық. Осы тақырыпта жазылған Сиань Гао мен Гухо Лидің ғылыми зерттеуі бірден-бір фундаменталды еңбек екенін атап көрсету керек. Штаттың мемлекеттік органдары электронды үкімет мүмкіндіктерін кеңейтуге, халықпен кері байланыс орнатуға әлеуметтік желілердің ықпалын жақсы түсінеді. Сондықтан Фейсбук желісін электронды қызмет көрсету транзакциялары үшін тиімді пайдалануға тырысады. Ал, Твиттер желісін халықты ақпараттандыруға ықпалы мол екені анықталған. Штат үкіметі әлеуметтік желі арқылы, тек ақпарат таратуды мақсат тұтпайды. Олар әлеуметтік желідегі парақшаларында “Қош келдіңіз, қосылыңыз”, “Ретвит жасауды өтінеміз”, “Сіздің назарыңыз қажет”, “Сізді қатысуға шақырамыз” деген мазмұндағы қоғамдастықты белсенділікке шақыратын үндеулер, тетіктер қолдануды дәстүрге айналдырған. Бұл шешім бірінші кезекте үкіметтің ашықтығын қамтамасыз етудегі батыл шешім болса, қоғам үшін өз пікірін білдіруге, шешім қабылдауға атсалысуға зор мүмкіндік екені сөзсіз. Зерттеушілер, мұндай екі жақты қарым-қатынас - аймақ өміріне офлайн белсенді араласпайтын жас ұрпақ өкілдерін онлайн кеңістікте белсенділікке тартады деп есептейді [16].

АҚШ тәжірибесін түйіндей келе, шағын қалаларда, өңірлерде халықпен тығыз байланыс орнату үшін әлеуметтік желілердің әлеуетін пайдалану көп мүмкіндіктер береді. Дегенмен, Қазақстанның жағдайында ол үшін интернет сапасын арттыру мәселесін бөлек қарастырғанымыз жөн. Сонымен қатар, екі жақты коммуникация құру тетіктерін белсенді пайдалануға дағдылану қажет.

Израиль

Біздің назарымызды бұрған “Social media in government offices: usage and strategies” материалы Израиль мемлекетінің тәжірибесін зерделейді [21].

Зерттеушілердің пікірінше, Израиль үкіметі халықпен кері байланыс орнатуға мүдделі. Мемлекеттік саясаттың басым бағыттары бойынша ақпарат таратуда әлеуметтік желілерді қолдануға ерекше көңіл бөлінеді. Мемлекеттік органдар әр түрлі әлеуметтік желінің форматына сәйкес тарататын ақпаратты аудиторияға бейімдеп отырады. Нәтижесінде азаматтар үкіметтік сайттардан гөрі, әлеуметтік желілердегі мемлекеттік органдардың парақшаларына жүгінгенді көбірек қалайды. Айта кетерлік жағдай, бұл елде Фейсбук желісі неғұрлым көп қолданылады. Осы ретте, біздің пайымдауымызша, мемлекеттік органдар әлеуметтік желіде тарататын ақпараттың сапасын арттырып қана қоймай, мемлекеттік сайттардың мазмұнын жаңартып, заманға сай бейімдеуге назар аударғаны дұрыс деп есептейміз. Сонымен қатар, зерттеуде көрсетілгендей, мемлекеттік органдар тарапынан аудиториямен байланыс орнату, коммуникация сапасын арттыру тұрғысынан ешбір кешенді әлеуметтік зерттеулер жүргізілмеген.

Әлеуметтік желіні коммуникация құралы ретінде қолдану бойынша халықаралық тәжірибені зерделеу осы елдердің мемлекеттік органдарының қызметінің ең озық үлгілерін тануға мүмкіндік берді. Біздің пайымдауымызша, халықаралық деңгейде мемлекеттік органдардың

әлеуметтік медианы пайдалану тәжірибесінен келесідей қорытынды шығаруға болады:

- 1) Мемлекет пен тұрғындар арасындағы кері байланысты нығайтуда әлеуметтік желінің ролі уақыт өткен сайын артып келеді;
- 2) Ашық қоғам құруға мүдделі мемлекеттердің басқару құрылымдары әлеуметтік медиадағы жұмыстарын үнемі жетілдіріп отырады;
- 3) Саяси режимі тұйық мемлекеттердің өздері жаһандық желілермен күресу арқылы емес, сол желілерде саяси курсына насихаттау мен түсіндіру бағытында үздіксіз жұмыс істейді;
- 4) Әлем елдерінде мемлекеттік органдар тарататын ақпаратын әлеуметтік желінің түріне, форматына сәйкес бейімдеп отырады;
- 5) Мемлекеттік органдар әлеуметтік желіде ақпарат таратып қана қоймай, тұрғындарды кері байланыс орнатуға шақырып, қызықтыруға тырысады;
- 6) Шет мемлекеттердегі жергілікті атқарушы органдар, өзін өзі басқару жүйелері арнайы коммуникация департаменттерін құру арқылы өздерінің ауқымды стратегиялық коммуникацияларын жасақтайды;
- 7) Арнайы коммуникациялық құрылымдарды құру жан-жақты ойластырылған ақпараттық саясатты жүргізуге, заманауи коммуникация құралдарын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

2. АСТАНА ҚАЛАСЫ ӘКІМДІГІНІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ҚЫЗМЕТІ: ҚАЗІРГІ АХУАЛЫ МЕН ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

2.1. Астана қаласы әкімдігінің мемлекеттік органдарының әлеуметтік желідегі жұмысын талдау

Зерттеу жұмысының шеңберінде біз коммуникация саласындағы бірқатар сарапшылармен сұқбат құрып, Астана қаласының тұрғындары арасында сауалнама жүргіздік.

Сұқбат құруға мемлекеттік органдардың баспасөз және коммуникация саласындағы жауапты мамандары, республикалық бұқаралық ақпарат құралдарының өкілдері, әлеуметтік медиа саласында жұмыс істеп жүрген танымал блогерлер шақырылды. Олардың орташа еңбек өтілі 15 жылды, саладағы орташа еңбек өтілі – 13 жылды құрады. Сондықтан, сарапшылардың коммуникация құралдарын, әсіресе әлеуметтік медиа ресурстарын қолдану жөніндегі пікірлері пайымды әрі пайдалы болды. Сұқбат аясында сарапшыларға 11 сұрақ қойылды. Олар жалпы мемлекеттік органдардың коммуникация құралдарын пайдалану деңгейін, артықшылықтары мен кемшіліктерін, Астана қаласы әкімдігінің мемлекеттік органдарының коммуникациялық қызметінің оң және теріс тұстарын, оны одан әрі жетілдіру жөніндегі ұсыныстарды қамтыды (қосымша 1).

Сарапшылардың пікірінше, «Қазақ халқының тарихында халық үніне құлақ асу, бұқараның пікірімен санасу, елдік мүддені ұстану тұрғысынан мықты қоғамдық институттар ежелден қалыптасқанын көруге болады. «Ақын», «жырау» сияқты халықтың беделді өкілдері елдің жоғын жоқтап, мұңын мұңдаған. Сол арқылы билік басындағы тұлғаларға халықтың үнін жеткізіп отырған». Осылайша билік пен бұқараның арасындағы қарым-қатынастың тарихи негіздері тереңде жатыр деген тұжырым жасауға болады. Қазіргі таңда Қазақстанда тұрғындар үшін мемлекеттік органдарға хабарласудың түрлі тетігі қарастырылған. Сарапшылар бұл бағыттағы жұмысты ілгерілетуге баспасөз қызметтерінің (бөлімдерінің) құрылуы оң ықпал тигізгенін атап көрсетті. Бүгінде барлық дерлік мемлекеттік органдарда баспасөз қызметтері құрылған, БАҚ, тұрғындармен кездесу, азаматтарды қабылдау сияқты дәстүрлі байланыс арналары тұрақты жұмыс істеп тұр. Соған қоса, мемлекеттік органдардың басым көпшілігі танымал әлеуметтік желілерде парақшаларын жүргізеді. Ақпараттық жұмысты ашық әрі белсенді жүргізудегі көптеген оң өзгерістер Президент Қ-Ж. Тоқаевтың «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасының іске асырылуымен тікелей байланысты деп санайды. Алайда, сарапшылар тұрғындармен кері байланыстың нәтижелі әрі тиімді болуына бірнеше кедергілер бар деп есептейді. Біріншіден, тұрғындар тарапынан мемлекеттік органдарға деген сенім деңгейінің төмен болуы. Халық арасында әлеуметтік желілер мен мессенджерлер арқылы шындыққа жанаспайтын, жалған ақпараттың таралу қарқыны жоғары. Тұрғындар шынайы, тексерілген ақпаратты мемлекеттік органның сайтынан, парақшасынан іздеуге құлықсыз. Оған баспасөз қызметінің нақты ақпаратты

уақытынан кешіктіріп, әрі тым жұтаң түрде ұсынуы себеп. Екіншіден, ақпараттың кешігуіне және сол арқылы сенімнің төмендеуіне ұсынылатын ақпаратты басшылықтың түрлі деңгейінде келісу тым ұзаққа созылып кететіндігі теріс әсерін тигізеді. Сол уақыт аралығында жалған ақпарат тарап кетеді де, оны қайтадан жоққа шығару үшін келесі ақпаратты әзірлеп таратуға мәжбүр болады. Осылайша, сенім деңгейі төмендеп, мемлекеттік орган әуел бастан ұтымсыз жағдайдың құрбанына айналады. Үшіншіден, коммуникациялық қызметтің нәтижелі болуы қабылданған ішкі құжаттар, регламенттер және коммуникациялық стратегияларға тәуелді емес. Сарапшылардың пікірінше, бұл жұмыстың тиімді ұйымдастырылуы бірінші басшының жеке қызығушылығы мен коммуникаторларға деген сеніміне тікелей байланысты.

Сарапшылар қоғаммен байланыс орнатуда электронды БАҚ пен әлеуметтік желілер неғұрлым тиімді деп есептейді. Өз кезегінде, бір сарапшы USAID-тың қолдауымен Internews өткізетін «Қазақстандағы, Тәжікстандағы және Өзбекстандағы медиа тұтыну және медиа сауаттылық» атты тұрақты әлеуметтік зерттеуге сілтеме жасайды. Зерттеу 2019 жылдан бері екі жылда бір рет өткізіліп келеді. Оған сүйенсек, Қазақстанда ел өмірі жайлы ақпарат алу көзі ретінде әлеуметтік желілерді таңдағандардың үлесі 34%-дан 57%-ға дейін өсіп, алдыға шыққан. Теледидар қарайтындардың үлесі 2019 жылғы 60%-дан 34%-ға дейін түскен. Мүлдем теледидар қарамайтындар саны өсіп, респонденттердің 22%-ын құраған [22]. Осылайша, ақпарат алудағы әлеуметтік желінің рөлі жыл сайын сөзсіз артып келеді. Әлеуметтік желі арқылы халық мемлекеттік органның қызметін қолжетімді ақпарат ретінде көре алады және өзінің пікірін, ойын, ескертуін жеткізе алады. Сарапшылар осының нақты дәлелі ретінде 2024 жылғы көктемдегі су тасқынына байланысты орын алған төтенше жағдай кезінде барлық жедел ресми ақпараттар осы әлеуметтік желілер арқылы таралуын жарқын мысал ретінде атап көрсетті.

Сарапшылар мемлекеттік құрылымдардың коммуникация құралдарын пайдалану деңгейін мемлекеттік органның дәрежесімен байланыстырды. Орталық деңгейде мемлекеттік органдар баспасөз құрылымдарына білікті мамандарды тартып, материалдық жабдықтарын қамтамасыз етсе, жергілікті атқарушы органдардың деңгейінде негізінен облыс және республикалық маңызы бар қалалардың әкімдері тиісті көңіл бөледі. Аудандық, ауылдық жердегі әкімдіктер, мемлекеттік органдар аптасына бірер ресми жазба жариялаумен шектеледі. Бір сарапшының пікірінше, «баспасөз құрылымдары ведомствоның қызметіне қатысты өзекті тақырыптардан гөрі, бірінші басшы қатысқан оқиғалар желісін көрсетуге, яғни жеке пиарға баса назар аударады». Сарапшы «баспасөз қызметі ақпараттың мақсатты нысанасы – тұрғындар, азаматтар екенін ұғынып, соған қажетті өзекті, пайдалы ақпаратты ұсынған кезде ғана, әлеуметтік медиадағы жұмыс тиімді болады» деп есептейді. Коммуникация құралдарын ұтымды пайдаланудың бір үлгісі ретінде Call орталықтар түріндегі жедел желінің жұмыс істеуін көрсетуге болады.

Дегенмен, ол жерде де операторлардың біліктілік деңгейі үнемі жоғары бола бермейді, сәйкесінше мемлекеттік органдар осы мәселеге тиісті көңіл бөлуі тиіс деп санайды. Мамандар жалпы тиімді коммуникациялық қызметтің үлгісі ретінде Ақорда, Парламент палаталары жәннен Үкіметтің қызметін ұсынды. Бірнеше сарапшы орталық мемлекеттік органдар ішінен Ғылым және жоғары білім министрлігінің кері байланыс орнатуға деген ынтасын атап көрсетті.

Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметін сарапшылар оң бағалады. Бұл жерде басты назар аударатын мәселе – қала әкімінің емес, жалпы әкімдіктің жұмысын көрсетуге бағытталған жүйелі коммуникациялық стратегия жұмыс атқарылуда деп есептейді мамандар. Ақпараттық жұмысты ұйымдастыруда жаңашылдық басым. Әлеуметтік медиада таратылатын ақпараттың мазмұнына тиісті көңіл бөлінеді, әрі жаңа заманауи тәсілдер қолданылады. Мәселен, «Таза Қазақстан» жалпыұлттық акциясын қатысуға шақырған әлеуметтік роликтер көпшіліктің назарын аударып, тазалық мәселесін қала тұрғындарын тартудың жаңа тәсіліне айналып үлгерді. Сарапшылар назар аударған Астана қаласы әкімдігінің тағы бір оң тәжірибесі – 109 қызметінің тиімді ұйымдастырылуы. Бүгінде 109 қызметі телефон арқылы да, әлеуметтік желілер арқылы да өтініш қабылдап, тұрғындармен жедел кері байланыс орнатумен айналысады. Мамандардың айтуынша, осы қызметтің арқасында көптеген астаналықтар күнделікті тұрмыстық мәселелерін шешіп, өтініштеріне жауап алған. Бұл бір жағынан азаматтардың өтінішін қабылдайтын тұрақты желінің бар екеніне тұрғындарды үйретсе, екінші жағынан ақпарат кеңістігінде Елорда әкімдігіне қатысты теріс пікірлердің тарап кетуін шектеп, жалпы қоғамдағы әлеуметтік наразылықтың деңгейін төмендетіп отыр.

Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметіндегі ең нашар кейс ретінде сарапшылар бірауыздан «Кіші Талдықөл» жағдайын атап көрсетті. Осыдан бірнеше жыл бұрын орын алған оқиға (сол кездегі қала басшысының тиімсіз шешімі) күні бүгінге дейін қоғам белсенділері және қала тұрғындары тарапынан сынға алынып келеді. Және бұл мәселе әлі күнге толық шешілген жоқ деп есептейді сарапшылар. Сарапшының пікірінше, «...Сондықтан қаншалықты сын көтермейтін болса да, бұл мәселеге қайта оралып, қоғам өкілдерімен бірлесіп, оң шешім қабылдаған ләзім. Бұл Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық стратегиясының қаншалықты дұрыстығын көрсететін жарқын мысал болар еді».

Осылайша, сарапшылардың Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметіне қатысты бағалау пікірін былайша қорытуға болады (5-сурет).



5-сурет - Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметін сарапшылардың бағалауы

Сарапшылардың мемлекеттік органдардың және жеке Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық стратегиясын жетілдіруге қатысты ұсыныстары келесі бөлімде кеңінен қарастырылады.

Осы ретте сарапшылардың пікірлері мен әлеуметтік сауалнамаға қатысқан респонденттердің пікірлері қаншалықты үйлесім тапқанын, қай мемлекеттік органдардың қызметі тұрғындар тарапынан жоғары бағаланғанын салмақтап көрсеткен орынды болар деп есептейміз.

Жалпы сауалнама сұрақтары тұрғындардың мемлекеттік органдар қызметі туралы ақпаратты алатын дереккөздерін, оларды бағалауын және әрі қарай жетілдіру жөніндегі ұсыныстарын анықтауға бағытталды. Сауалнама Google формасы арқылы түзіліп, қазақ және орыс тілдерінде онлайн форматта жүргізілді. Зерттеу Астана қаласының барлық 5 ауданын (Алматы, Байқоңыр, Есіл, Нұра, Сарыарқа) қамтыды (қосымша 2). Респонденттердің 51,6%-ын әйелдер, 48,4%-ын ерлер құрады. Сауалнамаға қатысушылар жас ерекшеліктеріне қарай келесі топтарды құрады:

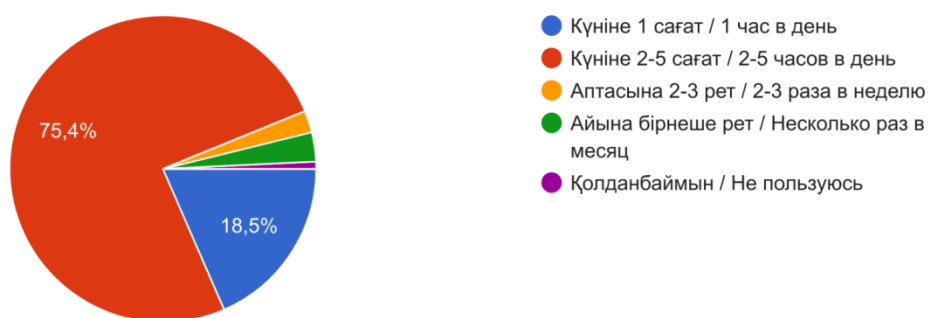
- 18-25 жас – 14,7%,
- 26-35 жас – 36,4%,
- 36-45 жас – 33,3%,
- 46-63 жас – 13,2%,
- 63+ жас – 2,3%.

Жас ерекшелігіне қарай респонденттердің басым бөлігі экономикалық белсенді халықты құрайтынын атап көрсеткен жөн. Әлеуметтік мәртебесіне қарай, сауалнамаға қатысушылардың 63,3%-ы бюджеттік ұйымдардың

қызметкері болса, 21,1%-ы жалдамалы қызметкерлер қатарынан, 4,7%-ы жеке кәсіпкерлер, 4%-ы зейнеткерлер санатынан екені белгілі болды. Бюджеттік сала қызметкерлері үлесінің көптігіне қарамастан, респонденттердің пікірі шынайы, ашық әрі нақты болғанын атап кеткен жөн. Сауалнама берілген жауаптар Астана қаласының әкімдігі мемлекеттік органдарының коммуникациялық қызметі, әлеуметтік медиадағы белсенділі мен жұмыс нәтижесіне қатысты тұрғындардың пікірлерін білуге мүмкіндік берді.

Алдымен сауалнамаға қатысқан респонденттерге “Әлеуметтік желіні қаншалықты жиі қолданасыз?” деген сұрақ қойылды. Бұл сұрақтың жауабы арқылы біз әлеуметтік желі қолданушыларының белсенділігін анықтауды мақсат тұттық. Нәтижесінде, респонденттердің басым көпшілігі (75,4%) әлеуметтік желіні күніне 2-5 сағат қолданатыны анықталды. Сауалнамаға қатысушылардың 18,5%-ы тәулігінде кемінде бір сағат әлеуметтік желіні қолданады. Осылайша сауалнамаға қатысқан астаналықтардың 94%-ы әлеуметтік желіні белсенді қолданушылар қатарынан екендігі нақтыланды. Яғни, мемлекеттік органдар үшін әлеуметтік желі арқылы халықты ақпараттандыру және кері байланыс орнатуға ерекше мән беруі қажет (6-сурет).

Әлеуметтік желіні қаншалықты жиі қолданасыз? / Как часто Вы пользуетесь социальными сетями?
130 ответов

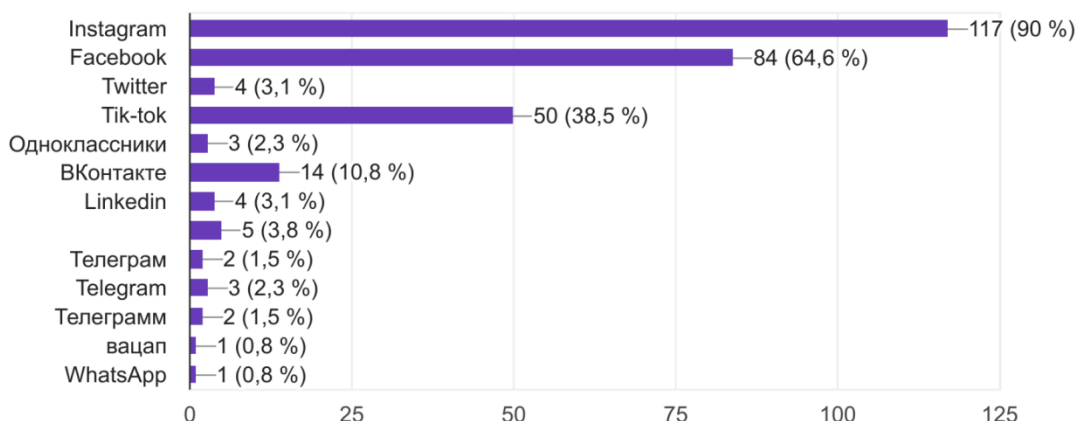


6-сурет - Респонденттердің әлеуметтік желіні қолдану жиілігі

Респонденттерге қойылған келесі сауал қоғамда әлеуметтік желінің қандай түрлері неғұрлым танымал екенін анықтауға бағытталды. Сауалнамаға қатысушыларға Instagram, Facebook, Twitter, Tik-tok, Одноклассники, ВКонтакте, LinkedIn сияқты әлеуметтік желілердің бірнешеуін таңдау немесе өзі қолданатын басқа да әлеуметтік медиа құралдарын көрсету мүмкіндігі берілді. Осылайша, желі қолданушылардың 90%-ы Instagram, 64,6%-ы Facebook, 38,5%-ы Tik-tok желісін қолданатыны белгілі болды. Сонымен қатар, респонденттер өз нұсқасын көрсету мүмкіндігі арқылы Telegram, WhatsApp мессенджерлерін жиі қолданатынын көрсеткен. Демек, халық арасында әлеуметтік желілерден бөлек, мессенджерлерге деген қызығушылық жоғары (7-сурет).

Сіз қандай әлеуметтік желілерді қолданасыз? Бірнеше жауапты таңдауға болады / Какими социальными сетями Вы пользуетесь? Можете указать несколько вариантов.

130 ответов

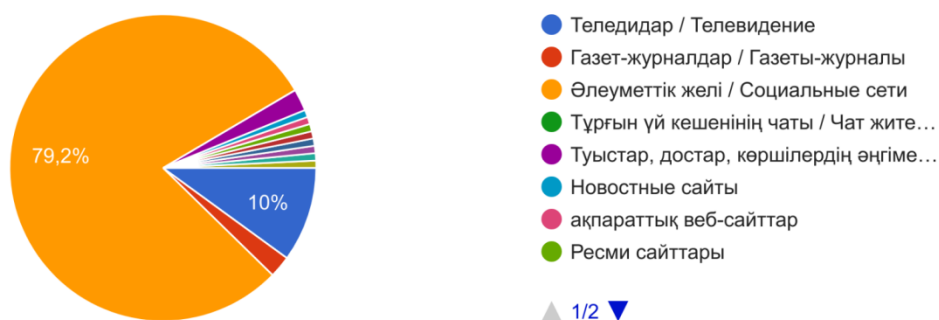


7-сурет - Респонденттер қолданатын әлеуметтік желі түрлері

Сауалнамадағы келесі сұрақтың жауаптары да қалың бұқараның әлеуметтік желілерді негізгі ақпарат көзі ретінде пайдаланатынын көрсетті. Респонденттердің 79,2%-ы мемлекеттік органдардың қызметі туралы ақпаратты әлеуметтік желілерден алатынын айтқан. Қолданушылардың 10%-ы мемлекеттік органдардың қызметі жайлы телеарналардан алғанды қалайды екен. Бұл көрсеткіш те билік пен халық арасында байланыс орнатуда, ақпарат таратуда теледидар әлеуетінің ықпалы әлі де зор екенін дәлелдеп отыр. Керісінше, газет-журналдар арқылы ақпарат алатын астаналықтардың үлес салмағы тым аз екенін (2,3%) байқауға болады (8-сурет). Сол себепті, Елорда әкімдігіне ақпараттық кеңістікте қалыптасқан осы жағдайды ескере отырып, баспасөз арқылы ақпарат тарату тәсілдерін қайта қарағаны дұрыс деп есептейміз. Олай етпеген жағдайда, бұл ақпарат көзінің тиімділігі арта қоймайтыны анық.

Мемлекеттік органдардың қызметі туралы ақпаратты қандай дереккөзден алғанды қалайсыз? / Какой источник информации о деятельности государственных органов Вы предпочитаете?

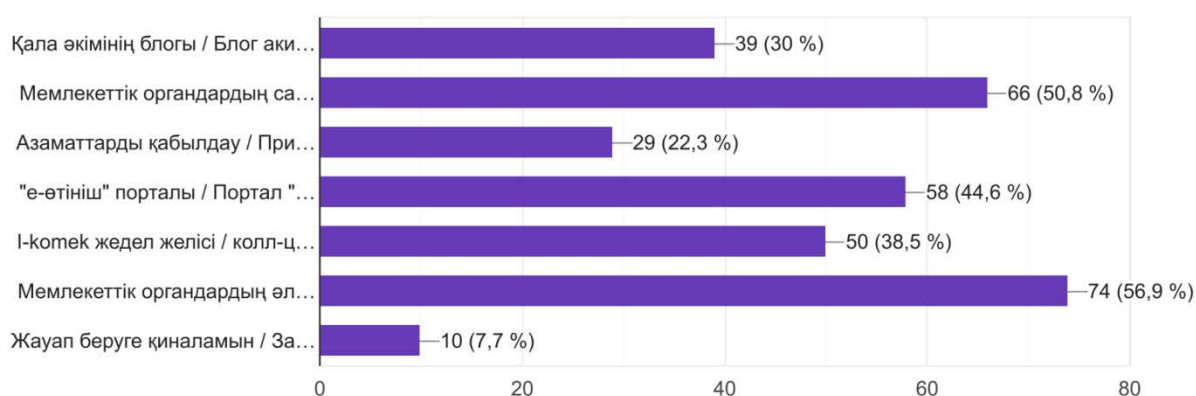
130 ответов



8-сурет - Респонденттердің ақпарат алу көздері

Мемлекеттік органдардың тұрғындармен өзара әрекеттесуінің неғұрлым танымал жолдарын (арналарын) анықтау кезінде де сауалнамаға қатысушылардың 56,9%-ы мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшасын жақсы білетінін көрсеткен. Респонденттердің 50,8%-ы мемлекеттік органдар сайтымен таныс екенін білдірсе, 44,6%-ы “е-өтініш” порталын өзара әрекеттесу құралы ретінде білетіндігін айтқан (9-сурет). Осылайша, барлық коммуникация құралдарының ішінде электронды байланыс құру тәсілі неғұрлым танымал екенін тағы бір мәрте көрсетіп отыр.

Мемлекеттік органдардың тұрғындармен өзара әрекеттесудің қандай жолдарын білесіз?
(бірнеше жауапты таңдауға болады) / С какими ...знакомы? (можете указать несколько вариантов)
130 ответов

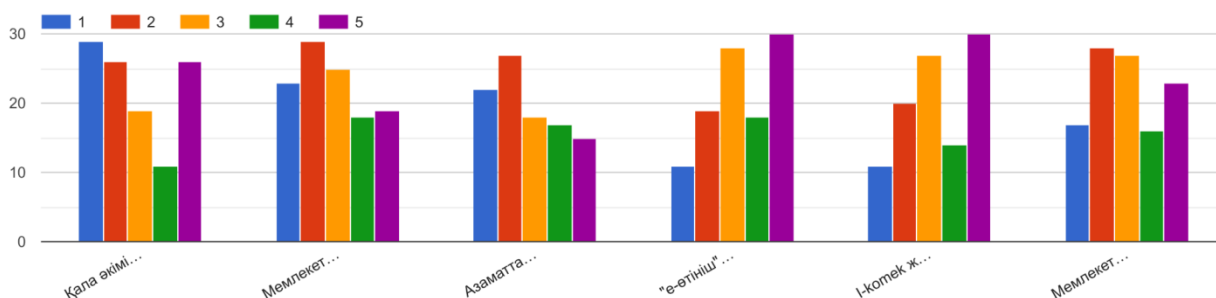


9-сурет - Респонденттердің мемлекеттік органдардың коммуникация түрлерін білу деңгейі

Зерттеу аясындағы басты назар аударатын көрсеткіш - аталған коммуникация түрлерінің тұрғындар арасындағы бағалану мәселесі екендігі сөзсіз. Сауалнамаға қатысушыларға осы байланыс арналарын 1-ден 5-ке дейінгі көрсеткішпен бағалау ұсынылды. Бұл сұраққа жауап берген респонденттердің басым бөлігі “е-өтініш” порталын және I-kotek желісін неғұрлым жоғары бағалаған. Ал, керісінше, қала әкімінің блогы, мемлекеттік органдардың сайты және азаматтарды қабылдау сияқты коммуникация құралдарын бағалаған төмен бағалағандар респонденттердің үлесі басым түскен. Біздің зерттеуіміздің нысаны ретінде таңдалған мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларын жоғары және төмен бағалаған респонденттердің үлес салмағы шамалас болып отыр. Демек, мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларына деген қолданушылардың сенім деңгейі әлі жоғары серпін ала алмай отыр. Әлеуметтік желі арқылы тиісті ақпарат алып, өзіне қажетті мәліметке қол жеткізген респонденттерден гөрі, мемлекеттік органдардың әлеуметтік медидадағы жұмысын 2-ге, яғни нашар бағалаған респонденттер саны басымрақ (10-сурет). Бұл көрсеткіштер мемлекеттік мекемелер әлеуметтік медидадағы жұмысын жандандырып, тұтынушылардың

сұранысына сай болу керектігін, бұқарамен байланыс құралы ретінде одан әрі жетілдіру керектігін көрсетеді.

Сіз мемлекеттік органдардың бұқарамен байланыс түрлерін 1-ден 5-ке дейінгі өлшеммен қалай бағалайсыз? Бұл жерде 1 - төмен, 5- жоғары / Как Вы оцениваете виды коммуникаций между государс...м и населением по шкале от 1 до 5? Здесь 1 - низко, 5 - высоко

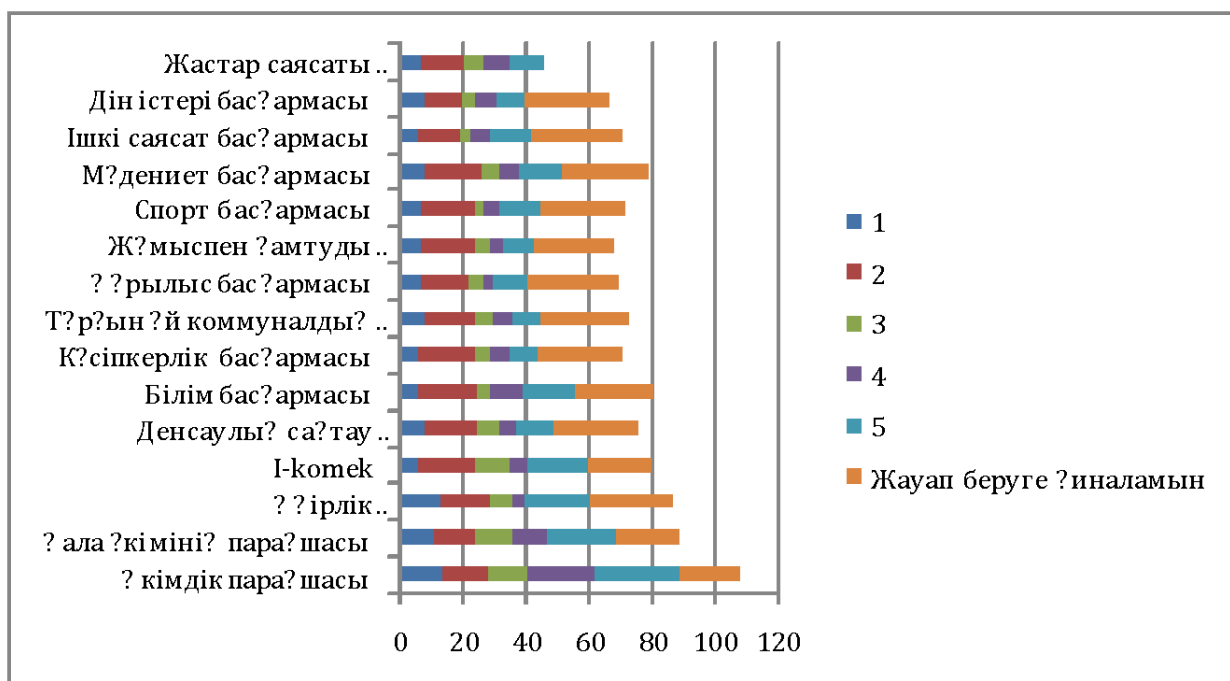


10-сурет - Респонденттердің коммуникация тәсілдерін бағалауы

Зерттеу жұмысымыздың пәніне сәйкес, біз сауалнамада одан әрі Астана қаласы әкімдігінің мемлекеттік органдарының әлеуметтік желідегі парақшаларының қаншалықты танымал екендігін және олардың жұмысын қолданушылар қалай бағалайтынын анықтауға тырыстық.

Респонденттерге Астана қаласы әкімдігіне қарасты 15 мемлекеттік мекеменің Instagram, Facebook, Tik-tok, Twitter желілеріндегі парақшаларын қаншалықты білетіні туралы сұрақ қойылды. Қолданушылар әкімдік құрылымдарының Instagram желісіндегі парақшаларын анағұрлым жақсы білетіні анықталды. Әсіресе, Астана қаласы әкімдігінің, қала әкімінің, білім және мәдениет басқармаларының парақшалары сауалнамаға қатысушыларға неғұрлым таныс екені белгілі болды. Facebook желісінде қала әкімінің және Елорда әкімдігінің парақшаларымен таныс респонденттер саны басымырақ екен.

Әкімдікке қарасты мекемелердің әлеуметтік желідегі парақшаларын бағалау мәселесінде жоғарыда аталған мемлекеттік мекемелердің парақшалары неғұрлым жоғары бағаға ие болды. Мәселен, Астана қаласы әкімдігінің парақшаларын респонденттердің 37%-ы жоғары бағалаған. Қала әкімінің парақшаларын жоғары бағалаған респонденттердің үлесі 25%-дан асты. Бұл сұрақтың жауабы арқылы анықталған тағы бір маңызды түйін - респонденттердің 20-22%-ы жауап беруге қиналған. Демек, олар мемлекеттік органдардың әлеуметтік медидағы қызметімен тиісті дәрежеде таныс емес, бағалауға дайын емес (11-сурет). Осыған байланысты, Астана қаласы әкімдігінің құрылымдық бөлімшелері өздерінің әлеуметтік желідегі парақшаларын жандандырып, қала тұрғындарымен кері байланыс орнатуға, бұл бағыттағы жұмысты жетілдіруге ұмтылуы тиіс деп есептейміз.



11-сурет - Респонденттердің Астана қаласы мемлекеттік органдарының парақшаларының білу деңгейі

Қорыта айтқанда, әлеуметтік сауалнамаға қатысқан респонденттердің Астана қаласы әкімдігінің әлеуметтік медидағы қызметіне қатысты бағалаулары мен пікірлерін келесідей түйіндеуге болады (12-сурет).



12-сурет - Сауалнаманың негізгі қорытындылары

Жалпы алғанда, сарапшылар да, қала тұрғындары да Астана қаласы әкімдігінің әлеуметтік медиадағы жұмысын оң бағалайды. Дегенмен, кері байланыс тетіктерін жетілдіре түсуді қажет деп есептейді. Сонымен қатар, мемлекеттік органдардың әлеуметтік желіде тарататын ақпаратын мазмұндық тұрғыдан толықтыру, жедел және өзекті ақпаратты қызықты ұсыну тәсілдерін қарастыру керек деп санайды.

2.2. Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру стратегиясы және жолдары

Қазіргі таңда мемлекеттік органдар бір жағынан өздеріне деген тұрғындардың сенімінің төмен жағдайында, екінші жағынан азаматтық қоғам белсенділігінің, ашықтық пен жедел шешімге деген сұраныстың үздіксіз артуы жағдайында жұмыс істеуге мәжбүр. Сарапшылардың пікіріне сүйенсек, мемлекеттік органдар коммуникациясының тиімсіз болуына ықпал ететін бірнеше себеп бар. Бірінші кезекте мемлекеттік органның бірінші басшысының коммуникацияларды дамыту және тұрғындармен кері байланыс алу құралдарын, тәсілдерін кеңейтуге деген қызығушылығының төмен болуы. Екіншіден, коммуникация саласындағы білікті мамандарды тарту, ынталандыру тетіктерінің болмауы. Тағы бір себеп – мемлекеттік қызметшілердің өзіне жауапкершілік алып, конструктивті сын да, кейде тіпті жекелеген адамдар тарапынан деструктивті әрекеттер де кездесіп қалатын қоғаммен ашық әңгімеге, қарым-қатынасқа шығудан қаймығуы. Көптеген мемлекет қайраткерлер саяси пиарға ұмтыла бермейді, қазақстандықтардың басым бөлігінің құрметіне ие болатындай, беделді тұлғалар тым аз. Сондықтан мемлекеттің барлық сәтсіз шешімдері үшін дербес жауапкершілікті Президент өзіне алуға мәжбүр. Министрлер мен әкімдер қоғаммен ашық әңгімеге түсуге, бұқара алдына шығып, қандай да бір мәлімдемелер жасауға дайын емес. Оның үстіне, қоғамның сұрақтарын жауапсыз қалдырудың қаншалықты үлкен тәуекел екенін түсінгеннің өзінде, мемлекеттік аппарат сияқты үлкен жүйелерде жедел өзгерістер енгізу тым қиын.

Мемлекеттік ақпараттық саясатын жетілдіру жұмыстары Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасы мен оны іске асыру жөніндегі Іс-қимыл жоспарының аясында жүргізіліп келеді. Доктринаның өзінде ақпарат кеңістігіндегі өзгерістер әлеуметтік медианың әлеуетін әлдеқайда арттырып, жағдайдың түбегейлі өзгергені айтылады. Алайда, Іс-қимыл жоспарында әлеуметтік желілермен жұмысты ұйымдастыруға қатысты шаралардың ауқымы тар, тіпті жоқтың қасы.

Біздің пайымдауымызша, мемлекет тарапынан әлеуметтік медиа арқылы тұрғындармен кері байланыс орнатудың нақты тетіктеріне жеткілікті деңгейде көңіл бөлінбей отыр. Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желілердегі парақшалары арқылы ақпарат таратудың белгілі бір алғышарттары қабылданғанмен, әлеуметтік медиа кеңістігінде кері байланыс орнатуға қатысты жұмыстар жолға қойылмаған.

Мәселен, қазіргі таңда мессенджерлер арқылы түрлі ақпараттың тез тарайтынын ескерсек, халықпен байланыстың бұл арнасын да тиімді пайдалану тұрғысынан ойлану керек. Белгілі бір дәрежеде бұл жұмыстар жүргізіліп жатыр. Бірқатар мемлекеттік органдар Telegram арналарын ашып, сол жерде өздерінің қызметі туралы өзекті ақпаратты жариялап отырады. Халықпен кері байланыс орнатуға мүдделі мемлекеттік мекемелер чат-бот құрып, сол жерде қызмет көрсетуді де тәжірибеге енгізді. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары да Telegram мессенджеріндегі арналарын белсенді жүргізеді. Мемлекеттік ақпараттық тапсырыс аясында бұрынғыдай телеарна мен газет-журналдарда ақпарат орналастырумен шектелмей, сайттар мен мессенджерлерде ақпарат тарату жиілей бастады. Бұл өз кезегінде мемлекеттік ақпараттық саясаттың тиімділігін арттыруға ықпал ететіні сөзсіз. Telemetrio рейтингінің деректеріне сүйенсек, қазақстандық БАҚ арасында Tengrinews ақпараттық агенттігінің Telegram-арнасына 236 мың адам, Zakon.kz - 181 мың, Orda_kz - 156 мың адам жазылған. Ақпарат кеңістігіндегі трендтерге ілесіп, Telegram арнасы мен чат-боттарын жүргізетін мемлекеттік органдар мен мекемелер көшін Akorda.kz telegram-арнасы бастап тұр (52 мың жазылушы). “Азаматтарға арналған үкімет” мемлекеттік корпорациясының egovkzBot2.0 ботына 32,5 мың адам жазылған. Мұндай белсенді сұраныс, жалпы көрсетілетін мемлекеттік қызметтердің электронды форматқа ауысуына тікелей байланысты деп пайымдаймыз. Бұдан бөлек мемлекеттік органдардың telegram-арналары тиімді коммуникация құралы ретінде пайдаланылмай отыр. Есесіне, жекелеген блогерлердің арналары қолданушылар саны жағынан да, ақпарат тарату жиілігі жағынан да белсенділігімен көзге түсіп отыр. Қазақстандағы Telegram-арналардың рейтингімен халықаралық «Телеметрио» телеграм-каналдар қорынан кеңінен танысып көруге болады [23].

Астана қаласының тұрғындары арасында жүргізілген сауалнама мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметіне қатысты бірқатар мәселені айқындап берді. Ұсынылған мемлекеттік органдар мен мекемелердің ішінен Астана қаласы әкімдігінің, қала басшысының және білім басқармасының парақшаларын ғана жақсы танытын болып шықты. Қалған аккаунттарды танытындардың үлесі 30%-ға да жетпеген. Ал, бағалауға келгенде, жоғарыдағы таныс үш субъектінің парақшалары да мардымсыз бағаланған. Астана қаласы әкімдігінің парақшасын 44% респонденттер жақсы (4-тен 5-ке дейін) бағаласа, 37,9%-ы төмен бағалаған (1-ден 3-ке дейін). Бұл жерде 1-өте нашар, 2-нашар, 3-қанағаттанарлық, 4-жақсы, 5- өте жақсы деп белгіленген. Қала әкімінің парақшасын респонденттердің 37%-ы жақсы, 40%-ы төмен бағалаған. Білім басқармасының парақшасын 33%-ы жоғары, 35%-ы төмен бағалаған. Осылайша, Астана қаласы әкімдігінің құрылымдық бөлімшелері әлеуметтік медиа құралдарын тиісті деңгейде пайдалана алмай отыр. Сауалнаманың және сарапшылық сұқбаттың нәтижесінде әлеуметтік желі құралдарын пайдаланудың үш негізгі мәселесі анықталды:

- білікті кадрлардың жеткіліксіздігі және бар мамандардың шешім қабылдауға ықпалының төмендігі;
- кері байланыс тетіктерінің әлсіздігі;
- әлеуметтік желі парақшаларының мазмұндық жұтаңдығы.

Яғни, Астана қаласы әкімдігінің тәжірибесіндегі оң тәжірибе үлгілерін көбейтіп, әкімдікке қарасты барлық мемлекеттік мекемелерге таратуға, жүргізіліп жатқан ауқымын кеңейту қажет.

Осылайша, мемлекеттік органдардың тұрғындармен кері байланыс орнату, мемлекеттік саясаттың басым бағыттары бойынша ауқымды ақпараттық жұмысты жүргізу мақсатында әлеуметтік медианың, атап айтқанда әлеуметтік желілер мен мессенджерлердің әлеуетін кеңінен пайдалану керек. Ол үшін мемлекеттік органдардың коммуникациялық стратегиясын қалыптастырып, іске асырудың нақты шаралар қолданған жөн. Коммуникациялық стратегияны жетілдіру жөніндегі сарапшылардың ұсыныстарын топтастыратын болсақ, келесідей негізгі бағыттарды қамтиды:

1) Ішкі коммуникацияларды дамыту. Мемлекеттік бағдарламаларға, стратегиялық құжаттарға, жоғарыдан қабылданатын басқа да маңызды шешімдерге арқау болған негізгі мағыналы ойлар (идеялар) басқару құрылымының барлық деңгейінде түсінікті болуы тиіс әрі қолдауға табуы қажет.

2) Коммуникацияларды жоспарлау. PR саласы тұрақты негізде өзгерістерге ұшырап, байланыс арналары да, жұмыс тәсілдері де үздіксіз өзгеріп отыратынына қарамастан, коммуникацияларды жоспарлап отыру өте маңызды. Қандай өзгеріс болса да, коммуникацияның басты шарты – стейкхолдерлерге мемлекеттің басты құндылықтары жүйелі түрде жетізіліп отыруы тиіс. Сонымен қоса, жоспарлау кезінде ақпараттық күн тәртібін алдын ала қалыптастыруға, тиісті алгоритмдерді пайдалануға мүмкіндік көбірек болады.

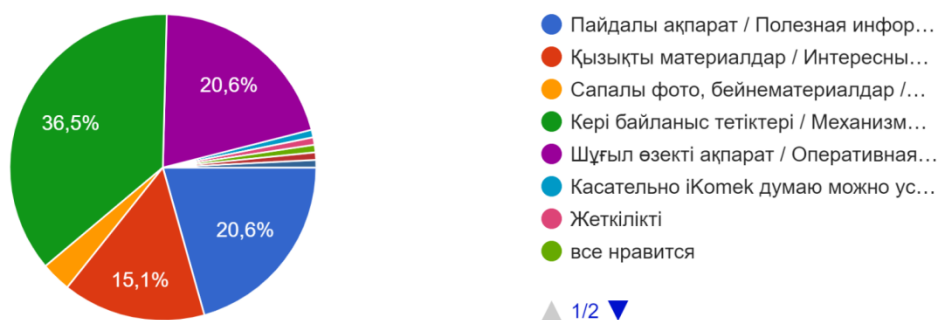
3) PR-мамандарды шешім қабылдауға қатыстыру. Баспасөз қызметтерін заманауи жабдықтармен, қажетті ресурстармен қамтамасыз ету сөзсіз маңызды. Бірақ, баспасөз қызметі шешім қабылдау үдерісіне қатысу деңгейін арттырмай, қоғам үдесінен шығатын шешімдерді қабылдау қиынға соғады. Бұл жерде PR-маман кәсіби біліктілігін шебер пайдаланса, мемлекеттік органның оң келбетін сақтап қалуға болатын, әрі көпшіліктің қолдауына ие болатын шешімдерді әрі қарай таратуға мүдделі тұлға екенін естен шығармау керек. Осы ретте тұтынушыға бейімделген мемлекеттік органның келбеті – қазіргі мемлекеттік саясаттың басты қағидасы екенін назарда ұстаған жөн.

4) Ашықтық принципін қатаң ұстану. Қызметтің барлық бағыттарында ашықтық принципін ұстану – қоғам тарапынан сенім деңгейін арттыруға тікелей ықпал етеді. Қандай ауыр сын айтылатынын білсе де, шынайы ақпаратты жасырмай, керісінше соны ашық айтып қана қоймай, шешу жолдарын талқыға салу – ашық қоғам құруға деген мемлекеттің мүддесін көрсетеді. Қарапайым тұрғындар жағдайды іштен жақсы біліп отырғанын ұмытпау керек.

Сарапшылардың пікірлері жалпы мемлекеттік органдардың коммуникацияларын ілгерілетуге қатысты ұсынымдарды қамтыса, әлеуметтік сауалнама барысында респонденттерге Астана қаласы мемлекеттік органдарының парақшаларын бағалай отырып, олардың мазмұнын толықтыру, тиімділігін арттыруға қатысты ұсыныстарын беруді өтіндік. Сауалнама нәтижесіне сәйкес респонденттердің 36,5%-ы әлеуметтік медиа парақшаларында мемлекеттік органдар кері байланыс тетіктерін жетілдіру тиіс деп есептейді. Шұғыл өзекті ақпарат және пайдалы ақпарат жетіспейді деп есептейтін респонденттердің үлес салмағы 20,6%-ды құраған. Сауалнамаға қатысқан елордалықтардың 15,1%-ы мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларына қызықты ақпарат жетіспейтінін айтқан (13-сурет).

Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларына қандай ақпарат жетіспейді деп есептейсіз? / По Вашему мнению, какая ин... государственных органов в социальных сетях?

126 ответов



13-сурет - Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларын жетілдіруге қатысты респонденттердің ұсыныстары

Демек, Астана қаласы әкімдігінің мемлекеттік мекемелеріне әлеуметтік медиадағы жұмысын 2 негізгі бағытта жетілдіруді ұсынуға болады. Біріншісі - кері байланыс тетіктерін жетілдіру. Себебі, әлеуметтік желіде жарияланған жазбаларға қалдырылған пікірлерді саралайтын болсақ, қолданушылардың көп сұрақтары жауапсыз қалып жатқанын жиі ұшырастырамыз. Сарапшылардың пікірінше, бұл жұмысты жүйелі түрде ұйымдастырып, мемлекеттік органның қызметіне сәйкес үлгілік жауаптарды әзірлеп қойса болады. Мысалы, “Сіздің сұрағыңыз (өтінішіңіз) қабылданып, тиісті мамандарға жіберілді. Мәселе қаралған соң, жекеңізге жауап береміз”, “Сұрағыңызға рақмет. Біз бұл мәселені зерделеп, өзіңізге хабарласамыз”, “Сіздің сұрағыңызды қарастыру үшін қосымша ақпарат қажет. Мәселенің толық мән-жайын жазып, “е-өтініш” порталы арқылы ресми өтініш қалдыруыңызды сұраймыз” т.с.с. Бұған қоса, әлеуметтік желі парақшаларында “Жиі қойылатын сұрақтар” айдарымен көрсетілетін мемлекеттік қызметтер, мекеменің негізгі қызмет бағыттарына сәйкес сұрақ-жауаптарды әзірлеп,

орналастыру тәжірибесін кеңінен қолдануды ұсынар едік. Екіншісі - әлеуметтік медида жарияланатын ақпараттың мазмұнын жетілдіру. Парақшадағы ақпарат өзекті, пайдалы әрі қызықты болған сайын, оны қолданушылар саны артып, мемлекеттік органның қоғамдағы беделі нығайа түсетіні анық. Бұл өз кезегінде, тұрғындардың мемлекеттік органға деген сенімінің артуына оң ықпалын тигізеді. Астана қаласы әкімдігінің мысалында бірқатар мемлекеттік органдар мазмұнды контент қалыптастыруға дағдыланған. Шұғыл өзекті ақпарат таратуда I-komek желісі мен Білім басқармасының қызметі үлгі бола алады. Қыс мезгілінде ауа-райының қолайсыздығына байланысты, мектеп оқушыларына сабақтың онлайн форматқа ауыстыратынын жедел хабарлау ұйымдастырылады. Соның нәтижесінде, біріншіден, ауа райының қолайсыздығы жағдайында балалардың қауіпсіздігіне қатысты алғашқы шаралар қабылданады. Екіншіден, қала тұрғындары нақты, шынайы ақпаратты бір дереккөзден алуға дағдыланады. Үшіншіден, мемлекеттік органның әлеуметтік желідегі парақшасынан басқа да маңызды ақпараттарды таратуға мүмкіндік туады. Осылайша, мемлекеттік мекеме мен тұрғындар арасында тұрақты, тексерілген кері байланыс арнасы қалыптасып үлгерді. Осы оң мысал, басқа да мемлекеттік органдар үшін үлгі болуға тиіс. Әр мемлекеттік мекеме өзінің қызметіне сәйкес тұрғындарға, қызмет алушыларға қажетті, пайдалы ақпаратты тарату, кері байланыс орнату мүмкіндіктерін іздестіруі шарт.

Қорыта айтқанда, елімізде, соның ішінде Астана қаласы әкімдігінің мысалында мемлекеттік органдардың ашықтығын қамтамасыз етудің алғышарттары жасалғанын атап көрсеткен жөн. Мемлекеттік органдардың бірінші басшылары тұрақты негізде азаматтарды қабылдайды, жеке блогы және «e-otinish» порталы арқылы жеке және заңды тұлғалардың өтініштерін қарайды. Мемлекеттік мекеме қызметінің негізгі бағыттары бойынша ақпарат ресми сайтта орналастырылады. Одан бөлек мемлекеттік мекеменің және бірінші басшының әлеуметтік желідегі парақшаларында ақпарат тарату жолға қойылған. Тұрғындармен коммуникация жасау тәсілдерінің көбеюі әр түрлі санаттағы, жастағы тұрақты аудитория қалыптастыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, басқару органдарының жеке және заңды тұлғалармен қарым-қатынас орнатуына байланысты жауапкершілік заңнамалық деңгейде күшейтілді. Бұл көрсеткіш мемлекеттік органдардың қызметін бағалау жүйесіне де енгізілген.

Соған қарамастан, бұл салада да адами фактордың салдарынан, бірқатар кемшіліктер орын алып отырғанын байқадық. Ең алдымен бірінші басшылардың әлеуметтік медида ақпарат таратуға мүдделі болмауы – жоғарыда көрсетілген ашықтық принципіне сәйкес шаралардың ілгерілеуіне кедергі болып отыр. Астана қаласы әкімдігіне қарасты бірқатар құрылымдық бөлімшелердің әлеуметтік медиа ресурстарының тиісті деңгейде бағаланбауы соның айқын дәлелі. Бұған қоса, жалпы мемлекеттік қызметтегі кадр тапшылығы, соның ішінде коммуникация сапасын арттыру үшін білікті мамандардың жетіспеуі айқын көрініс тауып отыр. Мемлекеттік қызмет

жүйесінде орын алып отырған тағы бір үлкен кемшілік – баспасөз хатшылары мен коммуникацияға жауапты мамандардың шешім қабылдауға ықпалының төмен болуы. Көп жағдайда бұқарамен коммуникацияның тиімсіз болуы – осы салаға жауапты маманның шешім қабылдау үдерістеріне араласа алмауымен тікелей байланысты. Басшылық құрам белгілі бір шешімді қабылдар алдында, оны коммуникацияға жауапты мамандармен талқыламайды. Соның салдарынан, шешім қабылдаудың маңызды бір бөлігі – қоғамдық талқылау ұйымдастыру, сарапшылардың пікірлерін жинақтау, көпшіліктің пікірін зерттеу, шешімді алдын-ала тұрғындарға түсіндіру сияқты жұмыстар тиісті деңгейде ұйымдастырылмайды. Есесіне, қабылданған шешімді жариялаған кезде, мемлекеттік құрылым көпшілік тарапынан орынды сынға ұшырайды. Кейде тіпті шешімнің бұрыстығын мойындап, кері шегінуге тура келеді. Сол себепті, шешім қабылдаудың бастапқы кезеңдерінен бастап, коммуникацияға жауапты мамандарды тарту, олардың кәсіби ұстанымдарына жүгіну, пікірімен санасу – тұрғындармен тиімді коммуникация құрудың берік негізі бола алады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Бұл магистрлік жобамызда біз мемлекеттік органдардың коммуникацияларының тиімділігін арттыру мәселесін жан-жақты қарастырып, ғылыми тұрғыдан сараладық. Зерттеу жұмысымыздың тақырыбы мемлекеттік басқару жүйесінің барлық деңгейі үшін өзекті екені дәлелденді. Мемлекеттік органдардың стратегиялық коммуникацияларын қалыптастыру және жетілдіру – тұрғындарға мемлекеттік саясаттың басым бағыттары және мемлекеттік мекемелердің қызметіне қатысты өзекті ақпаратты ұсынуға, тұрғындармен тұрақты кері байланыс орнатуға және оларды шешім қабылдау үдерісіне тартуға, нәтижесінде мемлекеттік органдарға деген сенім деңгейінің артуына мүмкіндік береді. Қазіргі заман талабына сәйкес, мемлекеттік органдар коммуникациясының маңызды бағыты – әлеуметтік медиа құралдарын қолдану. Сол себепті, біздің жобамызда мемлекеттік органдардың коммуникацияларының тиімділігін арттыруда әлеуметтік желілердің мүмкіндіктерін қолдану, кері байланыс тетіктерін тиімді пайдалану мәселелеріне мән берілді.

Кіріспе бөлімде біз зерттеудің өзектілігін дәлелдеп, мақсат-міндеттерін айқындадық. Мақсат жету жолындағы зерттеудің әдістемелік негізін қалыптастырып, ғылыми аппаратын тарқатып көрсеттік. Сонымен қатар, жұмыстың қолданбалы сипаты мен күтілетін нәтижесіне тоқталдық.

1 тарауда біз тұрғындар мен мемлекет коммуникациясындағы әлеуметтік желі ұғымын толық зерделеп, аша білдік. Соның ішінде «әлеуметтік желі» ұғымының пайда болуы, Ғаламтордың дамуы мен әлеуметтік желілердің қанат жаю үрдісі әкелген өзгерістер, әлеуметтік желінің түрлері мен тәсілдері кеңінен қарастырылды. Жаһандану дәуірінде әлеуметтік медиа құралдардың қарыштап дамуы мен біздің өмірімізге дендеп енуі, содан туындаған түбегейлі өзгерістер сөз болды. БҰҰ ұсынымдары негізінде мемлекеттердің ашықтығын қамтамасыз етудің басты көрсеткіштерінің бірі ретінде - әлеуметтік желілердің қарастырылуы басқару жүйесіне қандай өзгерістер әкелгені пайымдалды.

Бұған қоса, осы тарауда әлеуметтік медианы мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметінде пайдаланудың халықаралық тәжірибесі зерделенді. Көршілес Ресей Федерациясы, Қытай Халық Республикасы сияқты елдердің, бұрынғы одақтас, бүгінде Еуроодақ мүшесі атанған Литва мемлекетінің, әлеуметтік медиа өркендей дамыған Америка Құрама Штаттарының тәжірибелері бойынша шолу жасалды. Бұл материалдар шет мемлекеттердің осы бағыттағы ізденістері үздіксіз жалғасып жатқанын және жыл сайын жаңа деңгейге көтеріліп жатқанын көрсетіп берді. Саяси режимі жабық мемлекеттердің өздері жаһандық үдерістерге ілесіп, ашықтық қағидатына ұмтылатыны анықталды. Сонымен қатар, әлеуметтік медида ашықтыққа жол берген мемлекеттерде қоғамның мемлекеттік басқару ісіне, сайлау жүйесіне атсалысу деректері жан-жақты сараланды.

Осындай жаһандық өзгерістер біздің елімізді де сырт айналып кетпейтіні анық. Сол себепті халықаралық тәжірибені терең зерделей отырып, оның

үлгілі жақтарын Қазақстанның басқару жүйесінде қолдану ұсынылды.

2 тарауда зерттеудің практикалық бөлігіне ерекше назар аударылды. Ақпараттық коммуникациялық технологиялар қарыштай дамыған дәуірде мемлекеттік органдар да үздіксіз ізденіп, оларды өз кәдесіне жаратуды ойластырғаны абзал. Елімізде бірқатар орталық мемлекеттік органдар өздерінің ақпараттық коммуникациялық қызметінде әлеуметтік медианың әлеуетін ұтымды пайдалануға талпыныс жасап келеді. Бұл оң өзгерістер жергілікті атқарушы органдардың қызметінен айқын көрініс таба алмай отырғаны да шындық. Сондықтан біз өзіміздің зерттеуімізді Астана қаласы әкімдігінің мысалында қарастырып, жүргізілген жұмыстың нәтижесін өңірлердегі жергілікті атқарушы органдардың қызметінде кеңінен пайдалануды мақсат тұттық. Сарапшылармен жүргізілген сұқбаттар және қала тұрғындары қатысқан әлеуметтік сауалнама нәтижесінде Астана қаласы әкімдігінің коммуникациялық қызметіне баға берілді. Елорда әкімдігі көптеген әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштер бойынша алда келе жатқаны мәлім.

Біздің түсінігімізде, Астана барлық сала бойынша Қазақстанның өңірлері үшін үлгі болуға тиіс. Мемлекеттік органдар коммуникациясын тиімді ұйымдастыру тұрғысынан да Елорда әкімдігінің қызметі жергілікті атқарушы органдарға мысал бола алады деген тұжырымға келдік. Астана қаласы әкімдігінің, қала басшысының және білім басқармасының әлеуметтік желідегі парақшаларында бірқатар тың ізденістер көрініс тауып, оқырмандарына қажетті өзекті ақпарат ұсынуда оң тәжірибесі қалыптасқан. Бұл мемлекеттік мекемелердің кері байланыс орнатуға деген ықыласы қолданушылар тарапынан жоғары бағаланған. Аталған парақшалардағы тұрақты жазылған қолданушылар саны мен жазбалардың қаралымы едәуір жоғары.

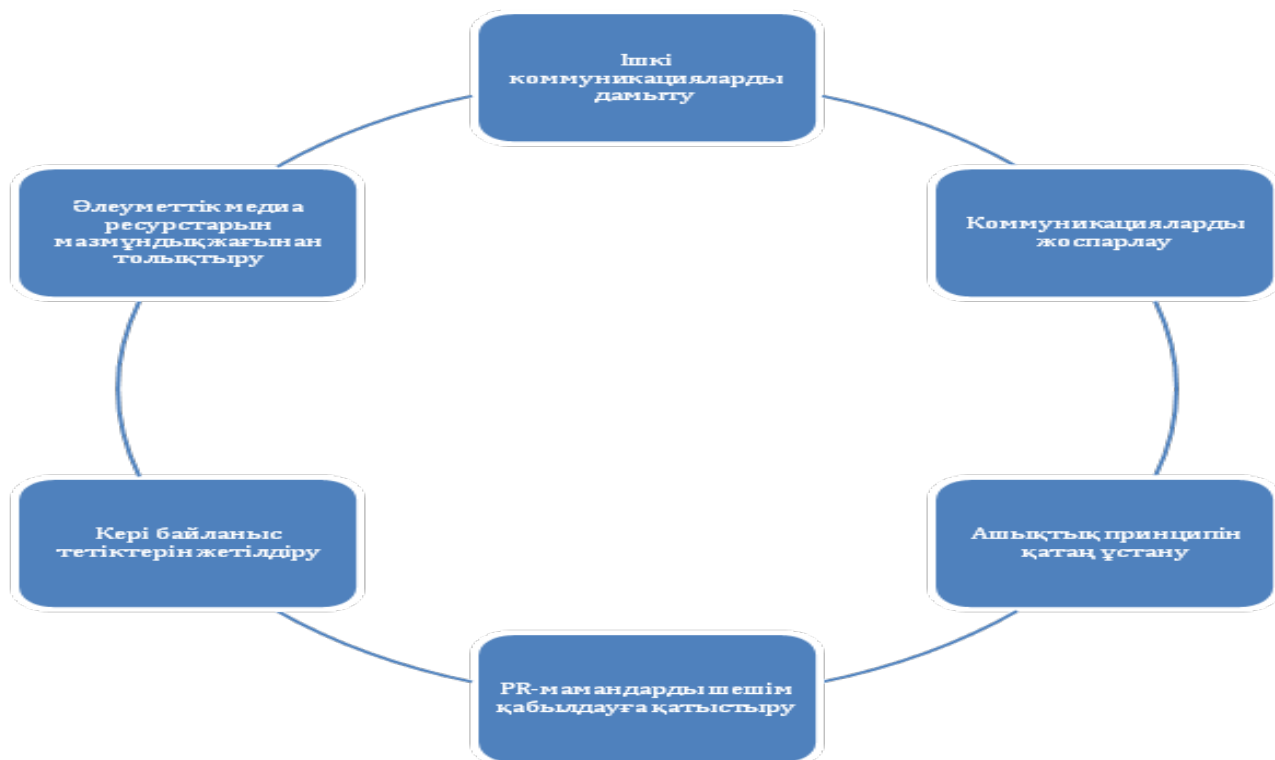
Алайда, бұл тәжірибені Астана қаласы әкімдігінің барлық құрылымдық бөлімшелері тиісті деңгейде қолдана алмай отырғанын да атап көрсеткен жөн. Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, мемлекеттік органдарда қалыптасқан теріс үрдісті түзеу үшін бірқатар нақты шаралар қабылдау қажет. Олардың басым көпшілігі кадрлық-ұйымдастырушылық іс-қимылға байланысты.

Бұған қоса, кері байланыс тетіктерін неғұрлым белсенді пайдалану керектігі анықталды. Қолданушылар мемлекеттік мекемелердің парақшаларына қалдырған сұрақтарына, пікірлеріне уақытылы жауап ала алмайтыны белгілі болды. Көп сауалдар жауапсыз қалса, бірқатар сұрақтардың жауабы тым кеш берілген. Бұл жағдайлар мемлекеттік органға деген тұрғындардың сенім деңгейін төмендетеді. Керісінше, тұрақты кері байланыс орнату арқылы мемлекеттік құрылымдар әлеуметтік желілерде тұрақты қолданушылар қатарын көбейтуге мүмкіндік мол.

Зерттеу барысында, Астана қаласы тұрғындарының I-komek желісіне әлеуметтік желі арқылы қалдырған өтініштердің жедел қаралатыны және соның нәтижесінде көптеген әлеуметтік наразылық тудыратын мәселелер шешім табатыны анықталды. Мемлекеттік басқару жүйесінің заманауи құндылықтары мен әлеуметтік медианы тиімді пайдаланудың тетіктеріне

сүйене отырып, бірлескен іс-әрекетті ұйымдастырған жағдайда, тиімді нәтижеге қол жеткізуге болатыны дәлелденді.

Сонымен қатар, бұл тарауда жинақталған зерттеу материалдарының қорытындысы бойынша мемлекеттік органдардың коммуникацияларын жетілдірудің нақты тәсілдері түзілді (14-сурет).



14-сурет - Мемлекеттік органдардың коммуникацияларын жетілдірудің тәсілдері

Біздің пайымдауымызша, кез келген мемлекеттік орган стратегиялық коммуникациялар қалыптастыруда осы тәсілдерді қолдануына болады. Бұл тәсілдер мемлекеттік органдардың бұқараны толғандыратын мәселелерді ашық талқылауға, солардың негізінде көпшіліктің көкейінен шығатын шешім қабылдауға, жалпы тұрғындармен кері байланысты нығайтуға оң ықпалын тигізетіні анық.

Бұл бір жағынан, қоғамдағы әлеуметтік наразылық деңгейін түсіріп, «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасының нақты іске асуын сипаттайды. Мемлекеттік органдардың ашықтығын және қызмет көрсету сапасының артуын қамтамасыз етеді деп болжауға болады.

Екінші жағынан, көпшілікпен осындай тұрақты әрі тиімді кері байланыс орнату мемлекеттік органдарға деген тұрғындардың сенім деңгейін арттырып, жергілікті қауымдастықты ортақ қоғамдық мәселелерді шешуге жұмылдырады.

Осылайша, магистрлік жоба өз мақсатына жетіп, алдымызға қойылған

міндеттерді толығымен орындалды. Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттырудың тетіктері ұсынылды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕР ТІЗІМІ

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы [[Электронды ресурс](https://akorda.kz/kz/addresses/addresses_of_president/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy)] Оқу режимі: https://akorda.kz/kz/addresses/addresses_of_president/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy
2. Шығыс Қазақстан облысы әкімдігінің Instagram желісіндегі парақшасы <https://www.instagram.com/akimat.vko/>
3. Шығыс Қазақстан облысының әкімі Е.Көшербаевтың Instagram желісіндегі парақшасы <https://www.instagram.com/shko.akim.official/>
4. Алматы қаласының әкімі Е.Досаевтың Instagram желісіндегі парақшасы https://www.instagram.com/erbolat_dosaev_official/
5. Алматы қаласы әкімдігінің Instagram желісіндегі парақшасы https://www.instagram.com/akimat_almaty/
6. «Ашық үкімет» порталы <https://evaluation.egov.kz/ru/vzaimodeystvie-s-fizicheskimi-i-yuridicheskimi-licami-2021-god>
7. Өлеуметтік желілерді қолданушылардың статистикалық деректері [Электронды ресурс] Оқу режимі: <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-kazakhstan/2022/>
8. «Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 20 наурыздағы № 145 Жарлығы <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2300000145>
9. Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасын іске асыру жөніндегі іс-қимыл жоспарын (І кезең: 2023 – 2025 жылдар) бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 24 тамыздағы № 723 қаулысы <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000723>
10. Генеральная ассамблея ООН «Содействие обеспечению работы всеохватывающих и подотчетных государственных служб в интересах устойчивого развития» https://www.un.org/ru/ga/69/docs/69res_nocte.shtml
11. Moreno J.L. Who Shall Survive: A New Approach to the Problem of Human Interrelations. Washington, D.C.: Nervous and Mental Disease Publishing Co., 1934.
12. Waaserman S. Faust K. Social network analysis: Methods and applications. – Cambridge, New York: Cambridge, 1994.
13. Datareportal деректер қоры https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Analysis_Article&utm_campaign=Digital_2024&utm_content=Digital_2024_Analysis_And_Review
14. Graham Meikle. Social Media: communication, sharing and visibility, New York, 2016
15. Connie M.White. Social Media, Crisis Communication and Emergency Management, 2012

16. Xian Gao, Jooho Lee, «E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state», December 2017, Pages, p.627To - 634 - [Government Information Quarterly](#)
17. Вильнюс жергілікті өзін-өзі басқару жүйесінің Facebook желісіндегі парақшасы <https://www.facebook.com/vilnius.lt>
18. Иян Чжан и Лей Го (2021) «Поле битвы за общественное мнение»: как потребление новостей из разных источников в социальных сетях влияет на удовлетворенность правительства в Китае?», Information, Communication & Society, 24:4, 594-610
19. «Аудитория девяти крупнейших соцсетей в России в 2024 году: исследование и цифры» <https://ppc.world/articles/auditoriya-devyati-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2024-godu-issledovaniya-i-cifry/>
20. «Tgstat опубликовал итоги исследования аудитории телеграм в 2023 году» <https://ppc.world/news/tgstat-opublikoval-itogi-issledovaniya-auditorii-telegram-v-2023-godu/>
21. Gal Yavetz, Noa Aharonu «Social media in government offices: usage and strategies», <https://www.emerald.com/insight/2050-3806.html>
22. Медиапотребление и медиаграмотность в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане: итоги социологического исследования Internews <https://newreporter.org/2024/04/24/study2023/>
23. Қазақстан телеграм-арналарының рейтингі [https://telemetr.io/ru/country/kazakhstan?categories=1IKDv6\\$co](https://telemetr.io/ru/country/kazakhstan?categories=1IKDv6$co)

«Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру (Астана қаласы әкімдігінің мысалында)» тақырыбындағы магистрлік жоба аясында жүргізілген сарапшылармен сұхбаттың материалдары

Жоба тақырыбы бойынша сарапшыларға қойылған сұрақтар:

1. Сіздің жалпы жұмыс өтіліңіз қандай? Ұсынылған тақырып бойынша жұмыс тәжірибеңіз?
2. Қазақстанда мемлекеттік органдардың халықпен кері байланыс орнатуына жағдай жасалған ба?
3. Қазіргі уақытта халықпен байланыс орнатуда коммуникацияның қай түрлері неғұрлым тиімді?
4. Еліміздегі мемлекеттік органдардың коммуникация құралдарын пайдалану деңгейін қалай бағалар едіңіз? Неліктен?
5. Мемлекеттік органдардың халықпен байланыс орнату жұмысында қандай артықшылықтарды атап көрсетер едіңіз?
6. Мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметінде қандай кемшіліктерді түзеткен дұрыс?
7. Сіздің ойыңызша, қандай мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметі тиісті деңгейде ұйымдастырылған?
8. Астана қаласы әкімдігінің коммуникация құралдарын пайдалану тәсілдерін қалай бағалар едіңіз?
9. Астана қаласының мысалында қандай жағдай (кейс) халықпен байланыс орнатудың озық үлгісі ретінде есіңізде қалды?
10. Елорда әкімдігінің коммуникация қызметіндегі қандай жағдай (кейс) осы саладағы теріс мысал бола алады?
11. Мемлекеттік органдарға халықпен кері байланыс орнатуда қандай тәсілдерді жетілдіруді ұсынар едіңіз?

1 сарапшының жауаптары

1. Сіздің жалпы жұмыс өтіліңіз қандай? Ұсынылған тақырып бойынша жұмыс тәжірибеңіз

– Жалпы еңбек өтілім 17 жыл. Медиа саласына 10 жыл бұрын келдім.– 2022 жылы ҚР Президенті жанындағы мемлекеттік басқару академиясында баспасөз хатшысы болып қызмет атқардым. Сонымен қатар, 2021 жылдан бері мемлекеттік қызметшілерге әлеуметтік желілердегі коммуникациялар бойынша оқытулар өтіземін.

2. Қазақстанда мемлекеттік органдардың халықпен кері байланыс орнатуына жағдай жасалған ба?

– Мемлекеттік органдардың барлығында дерлік баспасөз орталықтары, баспасөз хатшылары бар. Бұл жерде өз саласының мамандары мемлекеттік органдардың халықпен кері байланыс орнату және оны тиімді жүргізу бойынша жұмысты атқаруда. Баспасөз хатшылары жылына бірнеше рет тиісті оқуларды оқып (кәсібилікті арттыру үшін), бұл саланың ілгері жүруіне септік тигізуде.

3. Қазіргі уақытта халықпен байланыс орнатуда коммуникацияның қай түрлері неғұрлым тиімді?

– Бүгінгі күні тиімді қатынас құралы – әлеуметтік желілер. Әлеуметтік желі арқылы халық мемлекеттік органның қызметін қолжетімді ақпарат ретінде көре алады және өзінің пікірін, ойын, ескертуін жеткізе алады. Төтенше жағдай кезінде де көргеніңіздей барлық жедел ресми ақпараттар осы әлеуметтік желілер арқылы тарап жатты. Еліміздің әр өңірінде әртүрлі әлеуметтік желі алаңы жиі қолданыста.

4. Еліміздегі мемлекеттік органдардың коммуникация құралдарын пайдалану деңгейін қалай бағалар едіңіз? Неліктен?

– Шынымды айтсам, бұл сұраққа біркелкі жауап беруге болмайды. Еліміздегі мемлекеттік органдардың статусына және орналасқан аймағына қарай коммуникация құралдарын пайдалану деңгейі де әртүрлі. Мысалы, Астана қаласында бұл біржолға қойылған және өз коммуникациялық стратегиясы бар. Алматы мен Шымкент қалалары бұл жолда дамып келеді. Өңірлерге келетін болсақ, көп жағдайда баспасөз хатшыларының қызметтік құзыреттілігі шектеулі.

5. Мемлекеттік органдардың халықпен байланыс орнату жұмысында қандай артықшылықтарды атап көрсетер едіңіз?

– Ең басты артықшылық ол – мамандар. Өз ісінің нағыз жанашыры, көзі жанып тұрған жас кәсіби мамандар.

6. Мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметінде қандай кемшіліктерді түзеткен дұрыс?

– Тым ресми тілден кету. Халықпен байланыс орнатуда ашықтыққа баса назар аудару.

7. Сіздің ойыңызша, қандай мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметі тиісті деңгейде ұйымдастырылған? – ҚР Сыртқы істер министрлігі.
8. Астана қаласы әкімдігінің коммуникация құралдарын пайдалану тәсілдерін қалай бағалар едіңіз?
– Олардың әлеуметтік желі жүргізуде жиілікті атап кеткім келеді. Өздерінің ресми стильмен қарапайымдылықтың ортасын ұстай білуі.
9. Астана қаласының мысалында қандай жағдай (кейс) халықпен байланыс орнатудың озық үлгісі ретінде есіңізде қалды?
– Жақында болған субботникке шақыруға қатысты әлеуметтік желілердегі посттары мен рилстері.
10. Елорда әкімдігінің коммуникация қызметіндегі қандай жағдай (кейс) осы саладағы теріс мысал бола алады?
– Есіме түспей тұр.
11. Мемлекеттік органдарға халықпен кері байланыс орнатуда қандай тәсілдерді жетілдіруді ұсынар едіңіз?
– Ашықтық. Ресми ақпаратты жедел тарату саясаты. Бұның барлығы да ақпараттық вакумның болдырмауы үшін жасалатын алғышарттар. Елімізде болған төтенше жағдай кезінде бізде ең алдымен ақпарат халықтан мессенджерлер арқылы тарайды. Паника басталады. Міне осыны болдыртпау үшін мемлекеттік органдарда ақпаратты жедел таратудың алгоритмі болу керек.

2 сарапшының жауаптары

1. Образование – журналистика, магистр государственного управления, общий стаж работы - 19 лет, более 15 лет в государственных коммуникациях (руководитель отдела информационной политики Управления внутренней политики акимата области, руководитель пресс-службы акима области, руководитель пресс-службы Республиканского центра развития здравоохранения, руководитель пресс-службы Фонда социального медицинского страхования, опыт работы по проекту Всемирного банка и Министерства здравоохранения).

2. Если говорить в целом, то каналы коммуникаций с населением сформированы и налажены. Во всех государственных органах работают пресс-службы, ведется работа через традиционные каналы, такие как СМИ, встречи с населением, приемы граждан, также в большинстве государственных органах ведутся аккаунты в популярных социальных сетях. Однако, вопрос заключается в том, насколько казахстанцы доверяют официальной информации? Частое распространение фейковой информации о важнейших событиях в стране говорят о том, что общество продолжает пользоваться непроверенными источниками информации, а не обращаться к гос. источникам. Надо понимать, что мессенджеры и социальные сети настолько убыстрили распространение информации, что зачастую пресс-службы не успевают реагировать на вызовы и выдают информацию скудно и поздно. Пока стейтмент или релиз проходят согласования на разных уровнях, в сети начинают множиться догадки и распространяться фейки, и порой уже необходимо готовить опровержения на них. Это постоянная игра «в догонялки» снижает доверие людей, ставит госорганы в заранее проигрышную позицию оправдания.

Еще один момент, это уровень принятия решений и вовлеченности госпиарщиков в работу государственных органов. Открытость-закрытость, эмпатичность, оперативность коммуникационной работы в государственных органах, к сожалению, зависят не от принятых внутренних регламентов и коммуникационных стратегий и планов, а от личной вовлеченности первого руководителя, его доверия коммуникаторам.

Оценивая субъективно открытость государственных органов, стоит отметить, что принимаются шаги для реализации поручения Президента о формировании слышащего государства. Выход на мероприятия со СМИ, работа через социальные сети дают эффект. Это необходимо признать. И для дальнейшего улучшения коммуникаций с населением нужно повысить уровень принятия решений госпиарщиков, проводить репутационный аудит принимаемых решений, которые затрагивают значительную часть населения, обучать первых руководителей (министров и акимов областей) навыкам публичного выступления, оппонирования, подготовки к стрессовым интервью, а также навыкам эмоционального интеллекта (проявления эмпатии, выражения либо контейнирования эмоций).

3. Одно исследование, проведенное компанией Microsoft, показало, что в среднем пользователи имеют около 8 секунд внимания при просмотре содержимого в социальных медиа, по некоторым данным – 6 секунд. Окно внимания, за которое пользователь определяет взаимодействовать ли с информацией дальше, либо этот контент неинтересен. Естественно, что такую быстроту ответа на заявки людей может дать только видео. Это ютьюб, Тикток, Инстаграм. Также большое место в распространении и получении контента занимают мессенджеры, на мой взгляд, в Казахстане это, прежде всего, Whatsarри Телеграмм. К сожалению, не знаю проводились ли социологические исследования по данному вопросу профильным министерством в Казахстане. По данным Интерньюс Казахстан, в 2021 году медиапотребление в Казахстане заметно сделало крен от традиционных СМИ (ТВ, радио) к онлайн-ресурсам. «Но в Казахстане в сравнении с 2019 годом ситуация сильно изменилась. Телевидение как основной источник информации теперь занимает третье место (30,4 %) после социальных сетей (45,7 %) и интернет-сайтов (42,8 %)\», - такие данные приводятся в исследовании «Медиапотребление и медиаграмотность в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане».

Данный тренд в коммуникациях значительно усложняет госинформполитику, которой необходимо ускоряться и более оперативно реагировать на запросы населения в контенте. Также стоит отметить, что в последнее время в обществе сформировались тренды на этичность информации. Это также важный аспект. Который необходимо учитывать при работе с контентом для социальных сетей.

При этом, я считаю, что государственные органы, наряду с социальными сетями, необходимо развивать собственные информационные ресурсы – мессенджеры и сайт. Они не требуют значительных затрат финансовых затрат, но могут стать хорошим источником информации как для целевой аудитории, так и для профессиональных потребителей контента – журналистов, блогеров, инфлюенсеров.

4. Незрелое использование. Каналы коммуникаций выстроены, они используются активно. Если проанализировать аккаунты и сайты государственных органов, то там чаще всего освещается операционная деятельность (министр провел совещание, аким провел штаб, делегации и тд), и при этом крайне мало полезного и актуального контента. Когда пресс-служба и пиарщики перестанут считать основным получателем контента свое руководство, а переключат внимание на истинные запросы и потребности населения, тогда можно будет сказать, что это зрелое использование каналов коммуникаций. И такие примеры, кстати, есть. Это акимат города Астана и его районов.

5. В настоящее время я выпала из коммуникационного поля, поэтому не буду давать экспертных оценок коллегам. Из министров по открытости и умению коммуницировать, я бы отметила, Саясата Нурбека.

6. Положительно оцениваю. Коммуникационная стратегия не сконцентрирована исключительно на личности акима города. Информация подается через разные источники, есть креативный подход в подаче контента, в том числе социальных сетях. Обратная связь через ресурсы службы 109 работает четко и оперативно, по моему личному опыту и отзывам окружения.

7. Как я уже отметила, это служба 109. Насколько я знаю, она появилась в Астане, а затем ее опыт был внедрен в другие регионы. В целом, эта служба – выстроенные обратные коммуникации, книга жалоб и предложений, которая снимает негатив с жителей за коммунальные, общегородские и личные вопросы и проблемы. И вместо сотен негативных постов и вечных жалоб в соцсетях акимат через службу аккумулирует их и снимает их на этапе возникновения.

8. Коммуникации, связанные с засыпкой озер Малого Талдыколя. Все коммуникации по данному кейсу были противоречивы, порой не соответствовали действительности. Они нанесли урон репутации как самого инициатора засыпки (тогдашнего акима города), так и в целом всему государственному органу. Эта проблема продолжает перманентно существовать и будет нарастать с учетом трендов в обществе на этичность и экологичность. Думаю, в данной ситуации, акимату нужно принять окончательное решение и информировать о нем сообщество экологов и волонтеров, и всех жителей города. Лучше один раз спровоцировать своим решением кризис, подготовиться к нему и выйти с минимальными репутационными потерями, чем реагировать на неуправляемые кризисные ситуации, которые будут по-прежнему возникать.

9. Особенность, прежде всего, в том, что приходится работать в условиях недоверия населения к государственным органам и растущей гражданской активности общества с запросом на оперативность, открытость и искренность. Последние события показали, что государственный пиар оценивает риски оставить без ответа этот запрос общества и начался постепенный пересмотр подходов к информполитики. Однако, это процесс не быстрый, как и во всех неповоротливых системах, как госаппарат.

Также отсутствие политического пиара среди чиновников и депутатов порождает вакуум, нет персон, которые имеют авторитет и доверие среди большей части казахстанцев. Именно поэтому за все провалы государства персонифицировано для граждан несет ответственность президент. Понятно, что в эпоху хайпа многие политические государственные служащие не готовы выходить в публичное поле или делать это только на своих условиях, однако, коммуницировать с обществом необходимо открыто и честно, начиная с министров и акимов на всех уровнях.

10 и 11. Коммуникации – сфера, которая очень подвижна. Пиар чутко реагирует на тренды и запросы общества, при том, что сам госаппарат пока может быть не готов к этим изменениям. Необходимо уделить внимание на внутренние коммуникации. Те, смыслы, которые закладываются в

госпрограммах, решениях сверху должны быть понятны и приняты сотрудниками вниз по вертикали власти.

Несмотря на то, что из постоянного в пиаре только изменения, основа основ остается планирование коммуникаций – до стейкхолдеров должны системно доноситься главные ценности государства, а это величина постоянная. Стратегическое и оперативное планирование позволит не расплывать ресурсы, отвлекаясь на каждодневные стрессы и кризисы, а продвигать их целостно.

И как уже говорилось ранее, повысить уровень участия в принятии решений пиар-специалистов, обеспечить ресурсами пресс-службы государственных органов.

3 сарапшының жауаптары

1. Ваш общий стаж работы? Ваш опыт работы по предложенной теме?
Общий стаж работы в СМИ и коммуникациях - 21 год, из них в сфере коммуникаций госорганов - последние 5 лет.

2. Созданы ли в Казахстане условия для обратной связи государственных органов с населением?

Считаю, что условия для обратной связи госорганов с населением созданы, более того они были всегда в казахском обществе. Это естественный процесс, когда люди дают определенный фидбек на решения и политику, проводимую властью. Издревле, в казахской степи обратную связь в ханской ставке получали из различных источников, официальных и не официальных, к примеру, от акынов, представляемых наиболее объективными, ни с кем не ангажированными источниками информации

Другое дело, насколько качественно используются имеющиеся инструменты, как широко представлена вариативность и линейка этих инструментов для получения обратной связи, и, пожалуй, самое главное - насколько объективно анализируется поступающая информация.

3. Какие виды коммуникаций наиболее эффективны в связи с населением в настоящее время?

На мой взгляд, наиболее эффективным видом коммуникации является вербальная коммуникация. Если же говорить о наиболее эффективном способе коммуникации, то здесь пальма первенства у электронных СМИ и социальных сетей. Причины тому: их широкая представленность, возможность практически мгновенного распространения контента и выработанная у наиболее активной части населения привычка в получении информации из интернета.

4. Как бы вы оценили уровень использования средств коммуникаций государственных органов в стране? Почему?

Уровень использования средств коммуникаций разнится от госоргана к госоргану, также и от уровня к уровню, на которых эти госорганы работают. Так, если госорганы на республиканском уровне стараются активно использовать максимально возможную линейку традиционных и новых средств коммуникаций, причем у одних это получается лучше, у других явно хуже. В то время как условный акимат сельского округа практически любого

района, любой области страны - ограничивается публикацией новости на сайте акимата один раз в неделю или и того реже.

Причин тому может быть несколько. Одна из ключевых – понимание первым руководителем этого госоргана важности развития коммуникаций и расширения инструментария для получения обратной связи. Во-вторых, это вопрос дефицита финансов из которого вытекает низкий уровень подготовленности специалистов, занимающихся коммуникациями. В-третьих, страх госслужащих брать на себя ответственность и выходить в открытую коммуникацию с обществом, где может быть представлена как конструктивная критика, так и возможны деструктивные действия отдельных участников процесса.

5. На ваш взгляд, коммуникационная деятельность каких государственных органов организована на должном уровне?

На мой взгляд наиболее организованно коммуникационная деятельность выстроена в Акорде, Сенате, Мажилисе и Правительстве.

6. Как бы вы оценили способы использования средств коммуникаций акимата города Астаны?

Акимат столицы использует достаточно активно широкий спектр коммуникационных средств включая традиционные и новые медиа ресурсы. Вместе с тем, учитывая специфику целевой аудитории, которая включает в том числе и людей старшего возраста, которые не пользуются современными средствами коммуникации, акимату было бы полезно использовать и точечные методы работы с этой группой населения.

7. Какой случай (кейс) на примере города Астаны запомнился как передовой пример установления контактов с населением?

Один из запоминающихся случаев установления контакта акима столицы с населением для меня – ситуация, произошедшая в сентябре 2017 года. Тогда благодаря оперативности работы акима столицы (*на тот момент Асет Исекшев*) и грамотно выстроенных коммуникаций удалось сдержать и дать разрастись конфликту, произошедшему на территории строящегося комплекса "Абу-Даби Плаза", где произошла потасовка между работниками из Индии и казахами.

https://www.inform.kz/ru/v-rezul-tate-potasovki-v-abu-dabi-plaza-nikto-ne-postradal-mvd-rk_a3060967

8. Какая ситуация (кейс) в коммуникационной деятельности столичного акимата является негативным примером в этой сфере?

Информационное освещение ситуации с осушением озера Малый Талдыколь, по моему мнению является одним из негативных кейсов в коммуникационной деятельности столичного акимата.

9. Какие особенности вы бы выделили в работе государственных органов по установлению контактов с населением?

Важно внедрять и всячески демонстрировать клиентоориентированность в работе госоргана, которая распространяется и на коммуникационную деятельность.

10. Какие недостатки лучше исправить в коммуникационной деятельности государственных органов?

Нередко госорганы лишь ожидают обратной связи от населения, работая по старинке. Считаю, что важно превентивно создавать условия и предпринимать шаги которые будут генерировать необходимые инфоповоды, что даст возможность получения обратной связи необходимого качества и содержания.

11. Какие подходы вы бы рекомендовали госорганам в совершенствовании обратной связи с населением?

Рекомендовал бы больше заниматься детальным планированием деятельности. Действия на опережение и грамотная коммуникационная стратегия, это то, чего пока не хватает в коммуникационной деятельности госорганов, которым чаще приходится «тушить пожары», нежели создавать необходимый информационный фон проводимой деятельности.

4 сарапшының жауаптары

1. Жалпы жұмыс өтілім - 9 жыл. Мемлекеттік органдармен де 9 жылдан бері байланыстамын.
2. Қағаз жүзінде жағдай жасалған. Бірақ іс жүзінде екі жақты тиімді жұмыс жасалмайды. Тиісінше халықтың оларға деген сенімі аз. Себебі ақпараттандыру, жедел түрде мәселені шешу секілді мәселелер жолға қойылмаған. Одан соң мем.органдардың баспасөз хатшыларының жұмыс істеу тәсілдері кәсіби деңгейде емес.
3. Коммуникацияның барлық түрі қолайлы егер ол сұрақ тастаған тараптың мәселесін шешетін болса.
4. Мемлекеттік органдардың көбісінің интернет коммуникацияларды қолдану деңгейі төмен. Мәселен, сайттарды алатын болсақ, ақпараттары көбіне жаңармайды. Мәліметтер де жиі жаңармаған соң, қызметкерлердің де лауазымдары өзектілігін жоғалтып отырады. Инстаграм желісін де заманға сай қолдана білмейді. Ақпараттары өте құрғақ және тым ресми. Ақпаратты ұсыну тәсілдері де тиімсіз. Оның себебі кәсіби мамандарды жұмысқа тартпауында, оларға жақсы жалақы төлей алмауында болуы мүмкін.
5. Өкінішке қарай ешқандай артықшыларды атай алмаймын. Түзейтін тұстар көп.
6. Жедел әрі нақты жауап беруге машықтануы тиіс. Ашықтық болмаған жерде сенім болмайды. Өз салаларын заманауи коммуникациялық құралдардың мүмкіндіктеріне сай икемдей алуы тиіс.
7. Жекелеген министрліктердің жұмысын атап көрсетуге болады. Бірақ оларда да кемшіліктер жоқ емес.

8. Он баллдық шкалада 6 деген баға қоюға болады.
9. Қолайсыз әрі тар орында тұрғын үй соғуға қарсы шыққан халықтың базынасын тыңдаған кез мен үшін жақсы үлгі ретінде есімде қалды.
10. «Кіші Талдыкөл үшін күрес»
11. Фактіге негізделген нақты ақпарат беру, жедел әрекет ету, бюрократияны, қағазбастылықты жою, заманауи интернет коммуникацияларды кәсіби түрде меңгеру әрі қолдану.

5 сарапшының жауаптары

1.Общий стаж работы: более 18 лет. 13 лет в сфере информационной политики.
2.Считаю, что созданы все необходимые условия для связи госорганов с населением, так как на сегодняшний день существуют очень много способов обратиться в госорган (сайт госоргана, e-өтініш, приёмные, ящики для обращения, соцсети и СМИ).

3.Это в зависимости наверное от характера вопроса. Например, резонансные темы хорошо резонируют через СМИ, соцсети. Также очень удобно отправлять заявление/жалобу через сайт e-өтініш. Любую справку можно получить на сайте e-гов или в ЦОНе.

4. Я бы оценила удовлетворительно, потому что здесь помимо доступной возможности для граждан в части обращения в госорган, должна быть гарантия, что вопрос будет качественно и объективно проработан.

Как бы вы оценили уровень использования средств коммуникаций государственных органов в стране? Почему?

Уровень использования средний, наверное потому, что недостаточный охват населения. То есть, в госорганах главное наличие различных сайтов/платформ. Возможно еще по тому, что в настоящее время огромное количество сайтов и общество просто физически и в силу занятости не успевает все сайты отслеживать.

5. На ваш взгляд, коммуникационная деятельность каких государственных органов организована на должном уровне?

Я бы отметила такие госорганы, как: АФМ, Мин Фин, КНБ, МИД, МЗ, МЧС. Хотелось бы отметить качество предоставляемой информации и саму подачу релизов (есть фото/видео, обратная связь с пресс-секретарями).

6. Как бы вы оценили способы использования средств коммуникаций акимата города Астаны?

В последнее время наблюдается активность использования коммуникаций акиматом Астаны. Очень насыщено наполняются социальные сети. Освещается работа государственного органа. Размещаются анонсы о запланированных мероприятиях. Я бы сказала, что достаточно хорошее использование средств коммуникаций.

7. Какой случай (кейс) на примере города Астаны запомнился как передовой пример установления контактов с населением?

Такого яркого примера не могу вспомнить. Но в этом году акиматом столицы проведено много акций с жителями, это различные субботники, экоакции и тд. Насыщенно прошла в этом году республиканская акция «Таза Казахстан». Именно в ней было задействовано большое количество населения. Например, в формате «Орел и решка» жителей пригласили на субботник.

8. Какая ситуация (кейс) в коммуникационной деятельности столичного акимата является негативным примером в этой сфере?

Не помню такого)

9. Какие особенности вы бы выделили в работе государственных органов по установлению контактов с населением?

Это, в первую очередь, доступность самих государственных служащих. Компетентность в своей сфере. Умение донести до граждан ответ/правильно объяснить суть. И желание помочь, решить вопрос.

10. Какие недостатки лучше исправить в коммуникационной деятельности государственных органов?

Укрывательство. Зачастую государственные органы оказывают сами себе «медвежью услугу» скрывая правду. Время давно поменялось и поэтому что-то скрывать уже нереально. Простые жители знают правду/как было на самом деле. А госорганы таким образом теряют к себе доверие.

Некомпетентность. Когда в госорганах работают не профессионалы. Человек тратит время, когда сотрудник госоргана неправильно дает ответ на письмо или неправильно направляет куда-то.

11. Какие подходы вы бы рекомендовали госорганам в совершенствовании обратной связи с населением?

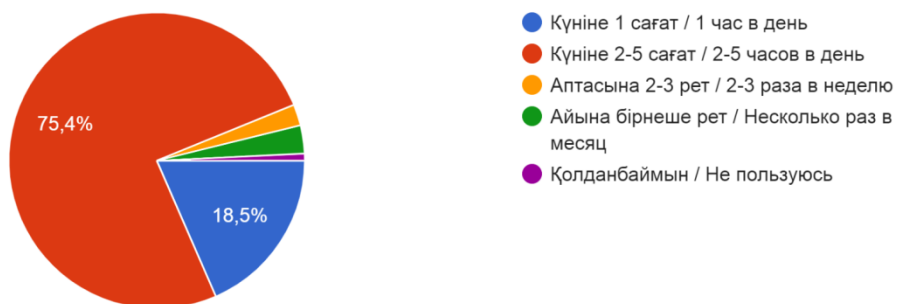
Открытость/доступность. Реагирование на сообщения граждан в социальных сетях.

Қосымша 2

«Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру (Астана қаласы әкімдігінің мысалында)» магистрлік жобасы (зерттеу) аясында жүргізілген сауалнаманың материалдары

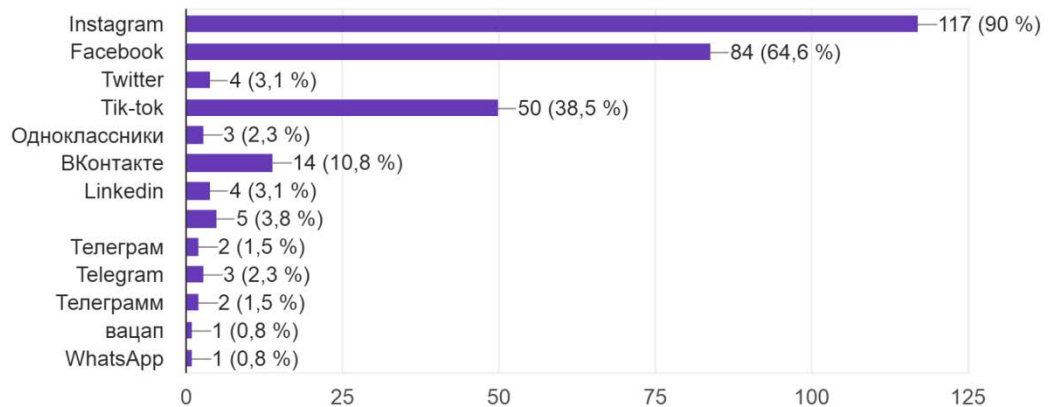
Әлеуметтік желіні қаншалықты жиі қолданасыз? / Как часто Вы пользуетесь социальными сетями?

130 ответов



Сіз қандай әлеуметтік желілерді қолданасыз? Бірнеше жауапты таңдауға болады / Какими социальными сетями Вы пользуетесь? Можете указать несколько вариантов.

130 ответов



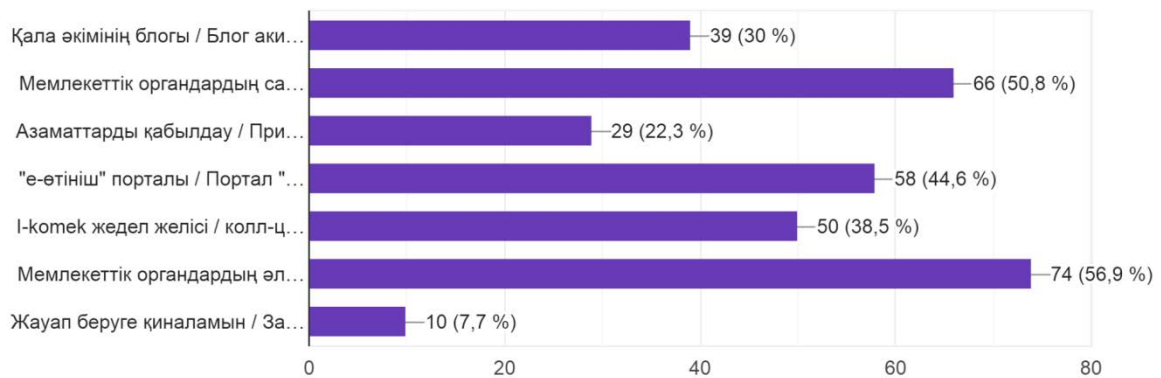
Мемлекеттік органдардың қызметі туралы ақпаратты қандай дереккөзден алғанды қалайсыз? / Какой источник информации о дея... государственных органов Вы предпочитаете?

130 ответов

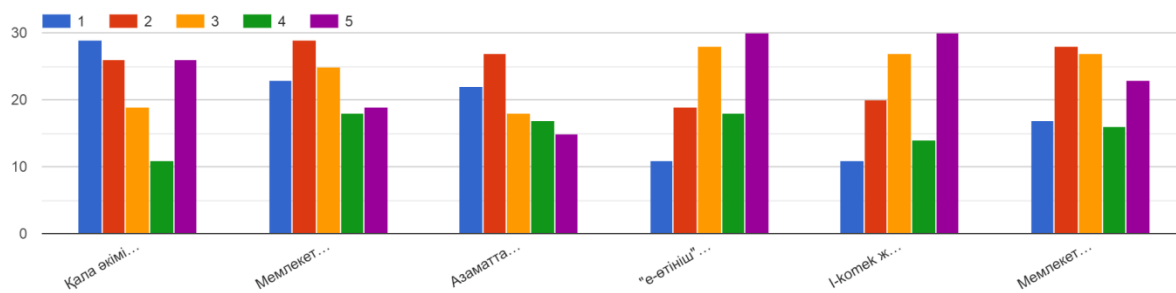


Мемлекеттік органдардың тұрғындармен өзара әрекеттесудің қандай жолдарын білесіз? (бірнеше жауапты таңдауға болады) / С какими...акомы? (можете указать несколько вариантов)

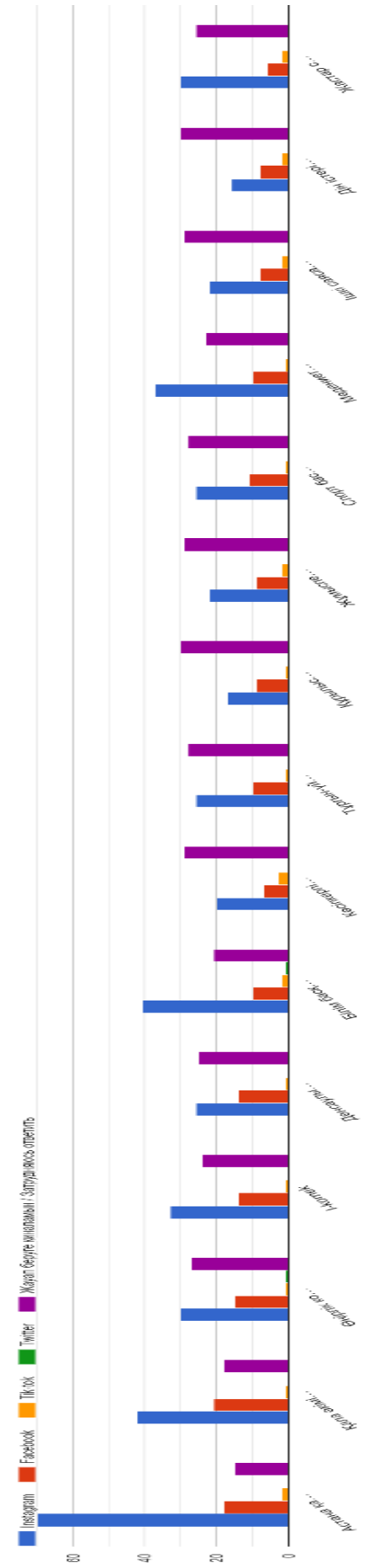
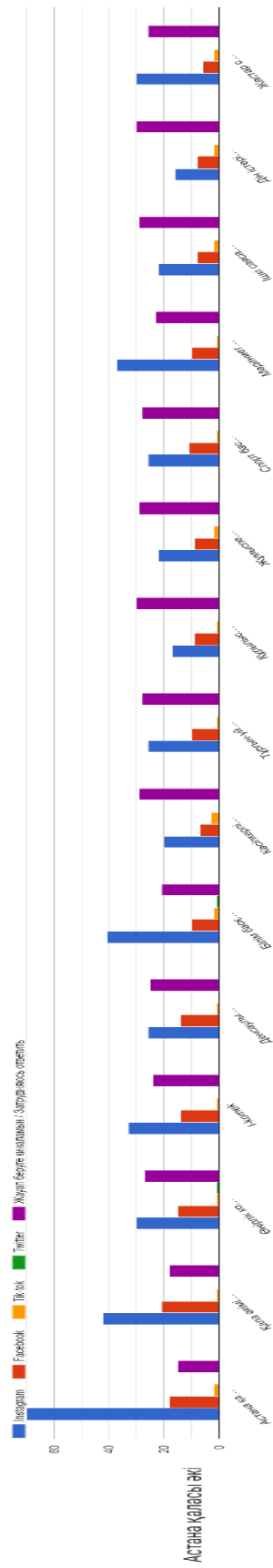
130 ответов



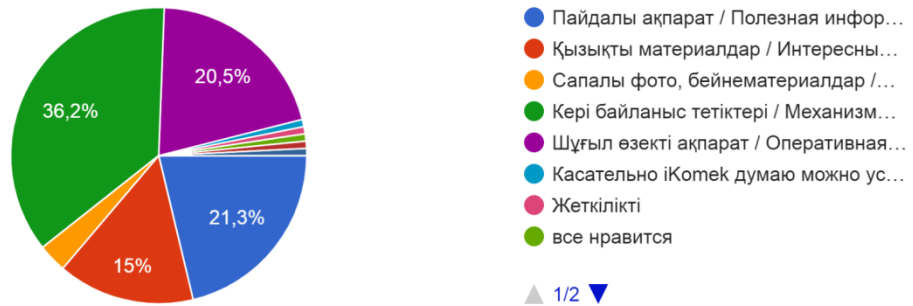
Сіз мемлекеттік органдардың бұқарамен байланыс түрлерін 1-ден 5-ке дейінгі өлшеммен қалай бағалайсыз? Бұл жерде 1 - төмен, 5- жоғары / Как Вы оцениваете виды коммуникаций между ...и населением по шкале от 1 до 5? Здесь 1 - низко, 5 - высоко



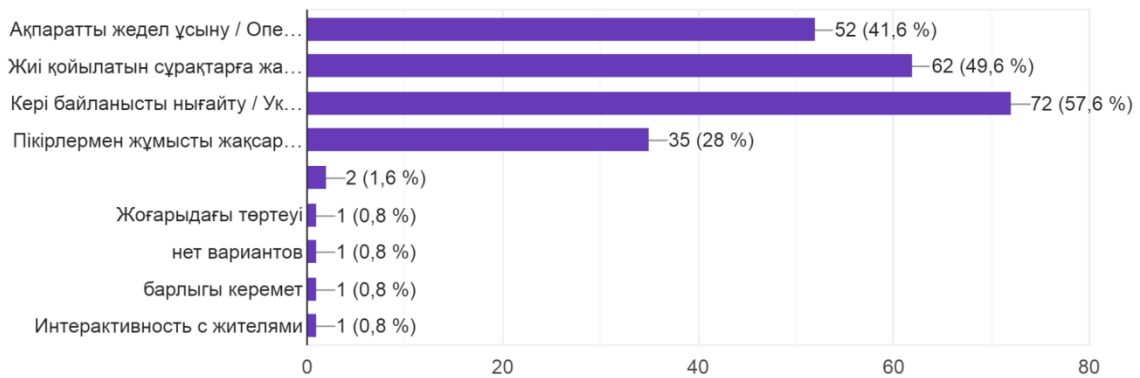
Астана қаласы әкімдігі мемлекеттік органдарының әлеуметтік желідегі кейбір парақшаларын білесіз? (біріше жауапты белгілеуге болады) / Аккаунты каких государственных органов в социальных сетях Вы знаете? (можете указать несколько вариантов)



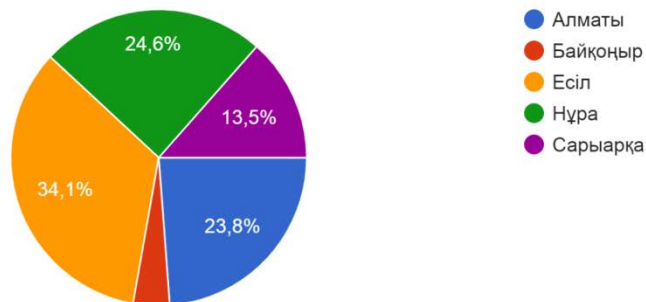
Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларына қандай ақпарат жетіспейді деп есептейсіз? / По Вашему мнению, какая ин... государственных органов в социальных сетях?
127 ответов



Мемлекеттік органдардың әлеуметтік желідегі парақшаларын одан әрі жетілдіру үшін қандай ұсыныстар берер едіңіз? (бірнеше жауа... (можете выбрать несколько вариантов ответа)
125 ответов

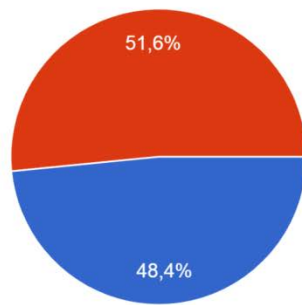


Сіз Астана қаласының қай ауданында тұрасыз? / В каком районе города Астана Вы проживаете?
126 ответов



Сіздің жынысыңыз / Ваш пол

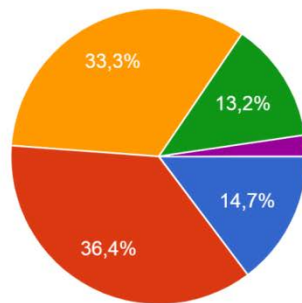
128 ответов



- ер / мужской
- әйел / женский

Сіздің жасыңыз / Ваш возраст

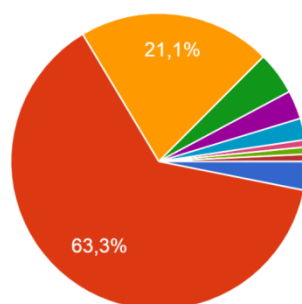
129 ответов



- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-63
- 63+

Сіздің әлеуметтік мәртебеңіз / Ваш социальный статус

128 ответов



- студент
- бюджеттік мекеменің қызметкері / работник бюджетной организации
- жалдамалы жұмыскер / наемный работник
- жеке кәсіпкер / индивидуальный предприниматель
- зейнеткер / пенсионер
- жұмыссыз / безработный
- Госслужащий
- Студент/ Работник бюджетной организации

Қосымша 3

АНАЛИТИКАЛЫҚ ЖАЗБА

Жоба (зерттеу) авторы: Қалмақов Е.Б., «МРА-2023» магистранты
Ғылыми жетекшісі: Жолдыбалина А.С., PhD, профессор

Жоба (зерттеу) идеясы	Мемлекеттік органдар коммуникацияларының тиімділігін арттыру (Астана қаласы әкімдігінің мысалында)
Проблемалық жағдай (кейс)	XXI ғасырдағы коммуникацияның назар аударуға тұрарлық бір ерекше қасиеті бар. Қазіргі таңда халықпен байланыс орнатудың арналары әлдеқайда көп, тәсілдері де жетіп артылады. Солай бола тұра, қоғаммен өзара тиімді байланыс орнату бұрынғыдан қиындай түскен. Астана қаласының тұрғындары арасында жүргізілген сауалнама мемлекеттік органдардың коммуникациялық қызметіне қатысты бірқатар мәселені айқындап берді. Ұсынылған мемлекеттік органдар мен мекемелердің ішінен Астана қаласы

	<p>әкімдігінің, қала басшысының және білім басқармасының парақшаларын ғана жақсы танытын болып шықты. Қалған аккаунттарды танытандардың үлесі 30%-ға да жетпеген. Ал, бағалауға келгенде, жоғарыдағы таныс үш субъектінің парақшалары да мардымсыз бағаланған. Астана қаласы әкімдігінің парақшасын 44% респонденттер жақсы (4-тен 5-ке дейін) бағаласа, 37,9%-ы төмен бағалаған (1-ден 3-ке дейін). Бұл жерде 1–өте нашар, 2-нашар, 3-қанағаттанарлық, 4-жақсы, 5- өте жақсы деп белгіленген. Қала әкімінің парақшасын респонденттердің 37%-ы жақсы, 40%-ы төмен бағалаған. Білім басқармасының парақшасын 33%-ы жоғары, 35%-ы төмен бағалаған. Осылайша, Астана қаласы әкімдігінің құрылымдық бөлімшелері әлеуметтік медиа құралдарын тиісті деңгейде пайдалана алмай отыр. Сауалнаманың және сарапшылық сұқбаттың нәтижесінде әлеуметтік желі құралдарын пайдаланудың үш негізгі бағыттары анықталды:</p> <ul style="list-style-type: none"> - білікті кадрлардың жеткіліксіздігі және бар мамандардың шешім қабылдауға ықпалының төмендігі; - кері байланыс тетіктерінің әлсіздігі; - әлеуметтік желі парақшаларының мазмұндық жұтаңдығы.
<p>Аталмыш проблема бойынша қолданыстағы шешімдер</p>	<p>Қолданыстағы тәсілдердің жіктелуі</p> <p>Ішкі саясат басқармасы мен оған бағынысты Өңірлік коммуникациялар қызметіне ақпараттық жұмысты ұйымдастыруға қабілетті мамандар тартылған. Нәтижесінде, тұрғындармен коммуникацияны жақсартуға, әкімдіктің оң имиджін қалыптастыруға негізделген жұмыс ұйымдастырылған. Ақпараттық жұмыс әкімнің дербес парақшасына емес, әкімдіктің ақпараттық ресурстарына назар аудара отырып жүргізіледі. Сарапшылардың пікірінше, I-kotek желісі кері байланыс орнатудың оң үлгісі болып отыр. Әкімдік тарапынан бірінші басшылардың жеке қабылдау, қала әкімінің блогы және “e-otinish” порталы арқылы өтініштерді қабылдау тұрақты негізде жүргізіледі. Президент Қ-Ж. Тоқаевтың «Халық үніне құлақ асатын мемлекет» тұжырымдамасы шеңберінде мемлекеттік органдар мен олардың бірінші басшылары әлеуметтік желіде ресми парақшаларын жүргізеді. Дегенмен, әлеуметтік желідегі жұмыс тұрғындарды және сарапшыларды қанағаттандырмай отыр. Коммуникациялық</p>

	<p>қызметті одан әрі жетілдіріп, заманауи тәсілдерді қолдана отырып, тиімділігін арттыру қажет.</p> <p>Артықшылықтар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мемлекеттік органдардың ашықтығын қамтамасыз етудің алғышарттарының жасалуы. - мемлекеттік органдардың әлеуметтік медиадағы тұрақты аудиториясы қалыптасуы, тұрғындармен коммуникация тәсілдерінің көбеюі; - басқару органдарының жеке және заңды тұлғалармен қарым-қатынас орнатуына байланысты жауапкершіліктің күшейтілуі. <p>Кемшіліктер:</p> <ul style="list-style-type: none"> - бірінші басшылардың әлеуметтік медиада ақпарат таратуға мүдделі болмауы; - коммуникация сапасын арттыру үшін білікті мамандардың жетіспеуі; - баспасөз хатшылары мен коммуникацияға жауапты мамандардың шешім қабылдауға ықпалының төмен болуы.
<p>Аталмыш проблема бойынша ұсынылатын шешім</p>	<p>Балама тәсілдің сипаттамасы, оны жүзеге асыру тәртібі</p> <p>1) кадрлық-ұйымдастырушылық шаралар қабылдау:</p> <ul style="list-style-type: none"> - баспасөз қызметіне немесе коммуникацияға жауапты құрылымдық бөлімшеге білікті мамандарды тарту; - мемлекеттік мекеменің қызмет бағыттары бойынша жауапты мамандарды әлеуметтік желі құралдарымен жұмыс істеуге үздіксіз оқыту; - коммуникацияға жауапты мамандарды шешім қабылдау үдерісіне тарту және шығармашылық еркіндік беру. <p>2) әлеуметтік желідегі парақша мазмұнын арттыру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - шұғыл ақпарат тарату (азаматтардың өміріне тікелей қатысты шешімдер); - пайдалы ақпарат орналастыру (сайт сілтемесі, мекенжай, байланыс телефоны); - көрсетілетін қызметтер туралы өзекті ақпаратты жариялау; - фото, бейнематериалдар түрлерін арттыру, заманауи трендтерге ілесу. <p>3) кері байланыс тетіктерін нығайту:</p> <ul style="list-style-type: none"> - әлеуметтік желілермен жұмысқа жауапты бөлімді/маманды белгілеу; - құрылымдық бөлімшелердің өзара іс-қимыл алгоритмін бекіту (қалыпты жағдайда және кризистік жағдайда); - барлық құрамды әлеуметтік медиамен жұмыс

	<p>негіздеріне оқыту (тұрақты негізде);</p> <ul style="list-style-type: none"> - материалдық-техникалық базаны заманауи жабдықтармен күшейту. <p>Мүмкіндіктер</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сауалнамаға қатысқан астаналықтардың 79%-ы мемлекеттік органдардың қызметі туралы ақпаратты әлеуметтік желі арқылы алатынын ескерсек, қала тұрғындары мен қонақтары үшін әлеуметтік медиа құралдары арқылы өзекті ақпарат таратудың мүмкіндігі мол. - Тұрақты аудитория қалыптастыру арқылы мемлекеттік органдарға деген сенім деңгейі артады. - Әлеуметтік шиеленіс тудыруы мүмкін жағдайлардың алдын алып, жедел, нақты ақпарат тарату мүмкіндігі жоғарылайды. <p>Тәуекелдер</p> <ul style="list-style-type: none"> - ғаламтор алаяқтарының әрекеті салдарынан мемлекеттік органның/бірінші басшының атын жамылып, жалған ақпарат тарату қаупінің болуы. - жалған аккаунттар/боттардың орынсыз сыны мен dos-шабуылдардың ұйымдастырылуы; - біліксіз басшылар мен тәжірибесіз мамандардың асығыс шешім қабылдау салдарынан қоғамдық сынға ұшырау тәуекелі.
<p>Күтілетін нәтиже</p>	<p>Сауалнама нәтижелеріне сүйенсек, респонденттер «e-otinish» порталын, «I-komek» желісін және мемлекеттік органның әлеуметтік желідегі парақшаларын коммуникация тәсілі ретінде жоғары бағалаған. Демек, бұл үрдіс әрі қарай жалғаса береді. Кері байланыс тетіктерін нығайту арқылы, мемлекеттік органдарға деген тұрғындардың сенімі артады. Сонымен қатар, тұрмыстық деңгейдегі сұрақтарды қабылдау және жедел шешу - әлеуметтік наразылық деңгейін төмендетеді. Ал, идеологиялық тұрғыдан пысықталған, мемлекеттік органдар қызметін халыққа қол жетімді ететін, әрі күнделікті туындайтын мәселелерге, өтініштерге қатысты өзекті тақырыптарды қамтитын контент жасау - мемлекеттік органның әлеуметтік медиа ресурстарына қызығушылықты арттырады. Бұл көрсеткіштердің барлығын әлеуметтанушылық сауалнамалар арқылы және мемлекеттік органдардың қызметін бағалау жүйесіне сәйкес бағалау мүмкін болады.</p>
<p>Әдебиет</p>	<p>1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы [Электронды ресурс] Оқу режимі: https://akorda.kz/kz/addresses/addresses_of_president/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyyn-</p>

	<p>kazakhstan-halkyna-zholdauy)</p> <p>2. «Ашық үкімет» порталы https://evaluation.egov.kz/ru/vzaimodeystvie-s-fizicheskimi-i-yuridicheskimi-licami-2021-god</p> <p>3. Әлеуметтік желілерді қолданушылардың статистикалық деректері [Электронды ресурс] Оқу режимі: https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-kazakhstan/2022/</p> <p>4. «Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 20 наурыздағы № 145 Жарлығы https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2300000145</p> <p>5. Қазақстан Республикасының Ақпараттық доктринасын іске асыру жөніндегі іс-қимыл жоспарын (І кезең: 2023 – 2025 жылдар) бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 24 тамыздағы № 723 қаулысы https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P23000000723</p> <p>6. Генеральная ассамблея ООН «Содействие обеспечению работы всеохватывающих и подотчетных государственных служб в интересах устойчивого развития» https://www.un.org/ru/ga/69/docs/69res_nocte.shtml</p> <p>7. Медиапотребление и медиаграмотность в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане: итоги социологического исследования Internews https://newreporter.org/2024/04/24/study2023/</p>
--	--