



ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ

ВЕСТНИК

СЕРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

BULLETIN

JOURNALISM SERIES

1/1(37) 2015

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ҚазҰУ ХАБАРШЫСЫ

Журналистика сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК КазНУ

Серия журналистики

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

KazNU BULLETIN

Journalism series

№1/1 (37)

Алматы
«Қазак университеті»
2015



ХАБАРШЫ

ЖУРНАЛИСТИКА СЕРИЯСЫ №1/1 (37)

ISSN 1563-0242
Индекс 75869; 25869



25.11.1999 ж. Қазақстан Республикасының Мәдениет, ақпарат және қоғамдық келісім министрлігінде тіркелген

Куәлік №956-Ж.

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

Дудинова Е.И., филол.ғ.к. доцент, (Қазақстан)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Медеубек С.М., филол. ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (ғылыми редактор) (Қазақстан)

Мысаева Қ.Н., филол. ғ.к., доцент (ғылыми редактордың орынбасары) (Қазақстан)

Велигченко С.Н., филол.ғ.к., доцент (редактор) (Қазақстан)

Майкотова Ғ.Т., филол.ғ.к., доцент (редактор) (Қазақстан)

Антипов К.В., э.ғ.д., профессор, И. Федоров атындағы Мәскеу Мемлекеттік баспасөз университетінің ректоры (Ресей)

Барлыбаева С.Х., т.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Беккер Р., з.ғ.д., Н. Коперник атындағы университеті халықаралық қатынастар факультетінің деканы (Польша)

Браун М., профессор, Вайоминг университеті (АҚШ)

Бекболатұлы Ж., э.ғ.к., проф.м.а, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Нұрғожина Ш.И., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Окай А., профессор, Ыстамбұл университеті (Түркия)

Сұлтанбаева Ғ.С., саяси ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Шыңғысова Н.Т., филол.ғ.д., профессор, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан)

Ғылыми басылымдар бөлімінің басшысы

Гульмира Шахкозова

Телефон: +77017242911

E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Компьютерде беттеген:

Айгүл Алдашева

Жазылу мен таратуды үйлестіруші

Молдір Өміртайқызы

Телефон: +7(727)377-34-11

E-mail: Moldir.Omirtaikyzy@kaznu.kz

ИБ №8247

Басуға 12.05.2015 жылы қол қойылды.

Пішімі 60x84 ¹/₈. Көлсімі 35.0 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.

Тапсырыс №1078. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің

«Қазақ университеті» баспа үйі.

050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2015

HR И PR КАК ЭФФЕКТИВНЫЕ БИЗНЕС-КОММУНИКА- ЦИИ

Благоприятная коммуникативная среда в организации является одним из главных факторов эффективности и результативности. Самый ценный актив компании – это сотрудники.

Говард Шульц, председатель правления компании «Starbucks» сказал: «Если мы хотим повысить доверие наших клиентов, прежде всего мы должны построить доверительные отношения с нашими сотрудниками...» [1].

Интегрированные коммуникативные технологии становятся необходимым условием достижения устойчивого и продолжительного успеха. И этому есть вполне разумное объяснение. Сплоченный единой идеей и целью коллектив дает уникальный эффект силы, как фактор конкурентного преимущества организации и важный источник информации за ее пределами. В самом деле: каждый сотрудник является винтиком большого механизма, без содействия которого механизм дал бы сбой в работе. Везде именно они отвечают на телефонные звонки, ведут переговоры, упаковывают продукт, участвуют в производственных вопросах и т.д.

Сегодня PR и HR занимают все большее значение в современном мире. Любая крупная или средняя компания, мелкие фирмы пользуются системой Public Relations и Human Resources. Всеобщее признание PR и HR является ответной реакцией бизнеса на вызов времени, усложнение процессов общественной жизни. Внимание к вопросам PR и HR свидетельствует об осознании очевидной истины, что хорошие отношения с окружающей общественностью, внешним миром, внутри компании, среди сотрудников всегда полезны и выгодны.

В настоящее время тема PR и HR – ключевой вопрос многих семинаров и конференций. Неуклонно возрастает их роль в общей стратегии развития организаций. Однако, в действительности, лишь малая часть компаний в Казахстане имеют специальные департаменты, занимающиеся формированием и внедрением корпоративных ценностей. Остальным еще предстоит осознать значимость корпоративной культуры, которую все чаще называют нематериальной основой развития и успеха любой организации.

PR и HR активно завоевывает свое место на рынке труда Казахстана. Некоторое время назад в Казахстане 50% компаний

не имели в своей структуре отдела по Human Resources. А в оставшихся 50% – HR-служба выполняла весьма узкий спектр обязанностей. Если рассматривать данные на сегодняшний день, то можно заметить, что в любой более или менее крупной компании есть HR – служба, которая выполняет функции самого разного характера. Начиная с подбора персонала, заканчивая разработкой эффективных внутрикорпоративных коммуникаций для всей компании.

HR и PR имеют разные функции, но есть одно, что их объединяет – это формирование и трансляция идей и смыслов, формирующих бренд. HR транслирует образ, ценности компании внутренней аудитории, выстраивает бренд работодателя как для действующих, так и для потенциальных сотрудников [2]. Службы по HR отвечают за реализацию функций, за основу которых берутся внутрикорпоративные коммуникации: формирование корпоративной культуры; нематериальная мотивация персонала; обеспечение коммуникаций между различными уровнями корпоративной лестницы; брендинг компании. PR работает над формированием благоприятного имиджа организации, создание и укрепление лояльности потребителей, социальной ответственностью бизнеса и т.д.

Главная цель HR – это выстраивание гармоничных отношений внутри организации при достижении максимально возможной производительности труда. Данные функции связаны с информированием и разъяснительной деятельностью. Другими словами, успешная реализация тесно связана с навыками и возможностями HR-менеджеров в использовании инструментов PR, системы внутрикорпоративных коммуникаций.

Развивая HR-бренд, нужно обратить внимание на следующие проблемы:

- Учесть позицию компании на рынке труда.
- Представлять конкурентов на рынке труда.
- Анализировать рынок труда [3].

Сфера HR уже давно перестала быть простым процессом подбора кадров. Теперь, это целая наука. И как в любой науке у нее есть свои

тонкости. В Казахстане изучению сфер деятельности PR и HR уделяется немалое внимание. Организуются конференции, посвященные HR и PR, например «HR и PR: вместе нельзя врозь. А где бы Вы поставили запятую?», Ежегодный Международный HR-congress, «Премия HR-бренд Казахстан» и др.

Отношения служб персонала и корпоративных коммуникаций должны строиться как отношения заказчика и подрядчика. От первого – стратегия (идеология), от второго – тактика (пропаганда). PR-специалисты способны помочь службе персонала: в информировании сотрудников о работе и планах компании, в установлении обратной связи между начальством и подчиненными, в организации и проведении корпоративных мероприятий, в разработке проектов нематериальной мотивации. Оперативное информирование сотрудников повышает их вовлеченность в управление компанией. PR-специалисты профессионально создают корпоративные новости: транслируют ключевые решения акционеров и руководства, сообщают о развитии компании на рынке, о достижениях компании, о лучших внедренных практиках, о новостях в самом отделе персонала. Любое решение, принятое сверху, без соответствующей PR-подготовки, может быть интерпретировано сотрудниками произвольно и воспринято с искажением первоначально вложенного в решение смысла [4]. Оба департамента формируют программы лояльности и вполне могли бы обмениваться опытом в этом направлении. Но на практике это происходит не часто.

Крупные и средние компании осознают необходимость не только в хороших PR-специалистах, но и в квалифицированных HR – кадрах. При этом предлагая взамен вполне достойный оклад и условия труда.

Роль PR и HR в современном обществе становится все более значимой. Без современных PR и HR – технологий не может в полной мере эффективно работать ни бизнес, ни правительственная организация, ни коммерческая или государственная структура.

Литература

- 1 Капитонов Э. А. Корпоративная культура и PR. – М.: ИКЦ «Март». 2010. С.67
- 2 <http://planetahr.ru/publication/2930/24/79>
- 3 http://www.hr-journal.ru/articles/ov/ov_720.html
- 4 Полетаев О. PR для HR // Научно-практический журнал «Корпоративная имиджеология» http://www.ci-journal.ru/article/195/200803pr_i_hr

	<i>Сұлтанбаева Г.С., Ложникова О.П., Балымбетов Б.</i>	
	Интеллектуальные ценности в казахстанском обществе: вопросы социального капитала	122
	<i>Альжанова А.Б.</i>	
	Трудовая миграция и СМИ	132
	<i>Киялова Д., Майкотова Ф., Құрманбаева А.</i>	
	Жаһандану концепциясындағы ғылыми тұжырымдамалар	138
	<i>Әбдіразақова А., Сарышева К.</i>	
4	«Ақмешіт апталығы» газетіндегі мақалалардың тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктері	144
	<i>Қожахметова Ж.Д.</i>	
	Қазақстандағы мүгедектермен әлеуметтік жұмыс	150
10	<i>Құдабай А.А.</i>	
	PR и маркетинговые концепции	156
20	<i>Есенбек Ж.Б.</i>	
	PR-дың теориялық және методологиялық мәселелері	162
30	<i>Иманалиев Ж.О.</i>	
	Журналистикадағы технологиялардың жаңа қырлары	168
36	<i>Губашева Д.Т., Мамырова К.С.</i>	
	Формирование научной коммуникации в КазНУ	172
42	<i>Абдраев М.К.</i>	
	3D технология және инновациялық қоғам	176
48	<i>Dossybayeva G.K.</i>	
	Main methods of perfecting the system of higher education in RK	182
56	<i>Мадалиев М.М.</i>	
	Политическая культура общества	186
60	<i>Мұқанова Г.Қ.</i>	
	Дискурс «Дипломатия и внешняя политика в контенте медиа Казахстана»	192
66	<i>Мусинова Ә.А.</i>	
	Социологические публикации в СМИ Казахстана: проблемы востребованности	200
70	<i>Негізбаева М.О., Толепбекова Д.Н.</i>	
	HR и PR как эффективные бизнес-коммуникации	208
74	<i>Садуақасов А.А., Нұржанова Ш.С.</i>	
	Демократиялық қоғам құрудағы БАҚ-тың рөлі	212
80	<i>Әлім Ә.А., Ногайбаева Ж.А., Құрманбаева А.Ә.</i>	
	Тәуелсіз журналистиканың демократиялық қоғамдағы орны	218
86	<i>Жұмағұлова А. Ж.</i>	
	Тілдік қатынас түрлері	224

3-бөлім Раздел 3 Көсемсөз және көркемсөз Литература и публицистика

	<i>Медеубекұлы С.</i>	
	Замансөз және замансөзгер	230
	<i>Дәдебаев Ж., Бисенбаев П., Кәрібозов Е.</i>	
	Шешен сөз бен көсем сөз	236
104	<i>Есхуатова Н.Б.</i>	
	Параллели в жизни и творчестве казахских публицистов XIX века. М.-С.Бабаджанова и Ч.Валиханова	244
108	<i>Бисенбаев П.</i>	
	Қазақ дастандарындағы мифологиялық ұғым-түсініктерден туған бейнелер	248
114	<i>Дәрібайұлы С.</i>	
	Қожа Ахмет Ясауидың «Диуани хикметі» мен ақын-жыраулар поэзиясындағы нәпсі туралы тұжырымдар	254