

ысына сай тіршілік кешіп, мәз қағдайы да баршылық. Бүгінгі мәдениет үйі ошағының құрылымында жүріп келеді. Бұл да ауыл ебе.

ертең осы ғимарат халық игуылымыздың мұралары сақтаетсе нұр үстіне нұр болар еді. Ауылда мақтанарлықтай тұлға бұл күнде марқұм болған белгілі қолданған заттары, ауыл мәден Абдолла Мусағалиевтың сыр-примасы, өлкетанушы Мәжит Мопов ағайлардың домбырала-Нәсіпқали Сейітов, Қайыржан Қанзиба Баєтова сынды ағанаградларының көшірмелері, бұрынғы мәдениет үйі, тағы да



басқа мекемелер жөнінде мағлұматтар жинақталып, фотосуреттер жасақталып, мұражайда сақталса, бүгінгі мен келешек ұрпақтардың санасында сақталары сөзсіз.

Сөзімді аяқтай келе, ауылымыздың тарихын бір жерге топтастырып, көне жәдігерлермен толтырып, мұражай ашыла-са, ауылымыз үшін үлкен бастаманың бірі болар еді. Біздікі тек пікір білдіру ғана.

Тұрлан ДОСЖАН.  
Есбол ауылының тұрғыны.

Біле жүр!

## Табысқа жетелейтін жол

«Қоғаммен байланыс», «PR» деген сөздерді жиі естіп жүрген шығарсыз. XX ғасырдың басынан бастап «Public relations» сөзін алғаш рет Америка Құрама Штаттарының үшінші президенті Томас Джефферсон қолданып, нақты ұғымдар мен түсініктер қалыптастыра бастаған екен.

Белгілі бір ұйымның қоғам алдындағы абыройын, беделін қалыптастыратын мамандарды «PR» мамандары немесе «Қоғаммен байланыс» мамандары деп атаймыз. PR (Public Relations) – ұйым мен қоғам арасындағы түсіністік пен жақсы қарым-қатынастарды қалыптастыратын институт.

Елімізде аталған кәсіп түрі тек XX ғасырдың соңы мен XXI ғасырдың алғашқы онжылдығында ғана пайда бола бастаған, сұранысқа ие мамандықтардың бірі.

Заманауи нарықтық қаты-

настар заманында кез келген компания өзінің жұмыс бағыты мен саласына қарамастан, PR қызметтеріне мұқтаж болып келеді. Олар арқылы ұтымды әрі эффективті түрде қоғамдық пікір қалыптастыруға болады, сонымен бірге коммерциялық жарнамаға қарағанда шығын да аз кететінін ескерсек, пиардың тиімді жақтары өте көп.

Пиар мен жарнама тығыз байланысты болғанымен де, пиарды жарнамадан бөлек қарастыру қиын, десе де пиар-жарнама емес. Қазіргі кезде «пиарды» көпшілігі біліп, естіп жүргенімен айыра алмайды. Жарнамаға қарағанда пиардың атқаратын қызметі де күрделірек.

Мамандықтың негізгі қызметі мен жұмысы – компанияның имиджін қалыптастыру ғана емес, жақсы жағынан таныту мен жағымды пікір қалыптастыру арқылы аудито-

рия немесе тұтынушылар арасында кері байланыс орнату. Пиар маманы болу үшін тиісінше сол мамандықты оқудың қажеті жоқ деген пікір – қате. Себебі, кез келген адам бұл істің маманы бола алмайды, қоғаммен тығыз қарым-қатынаста болу, қоғамдық пікір қалыптастыру әркімнің қолынан келе бермейді. Сондықтан, пиар мамандығының негізін оқып үйренсе ғана, мамандықтың майталманы бола алады.

Қоғамда пиар мамандығы сұранысқа ие мамандық. Сондықтан нағыз кәсіби маман болу үшін сапалы білім алу керек.

Ақжүніс САМАТОВА,  
Әл-Фараби атындағы  
Қазақ Ұлттық  
университеті  
журналистика фа-  
культетінің 3 курс  
студенті.