**Қоғаммен қарым-қатынас**

**Паблик рилейшнз** (publіc relatіons – көпшілікпен қарым-қатынас) – [мемлекеттік](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B5%D1%82) және қоғамдық ұйымдар мен [әлеуметтік](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D3%98%D0%BB%D0%B5%D1%83%D0%BC%D0%B5%D1%82) құрылымдар арасындағы қарым-қатынастар жүйесі; қоғаммен байланыстардың жаңа кәсіпкерлік салласы; [қоғам](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D0%BE%D2%93%D0%B0%D0%BC) мен ұйымдар арасындағы өзара түсінушілікке қол жеткізуге бағытталған [қызмет](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D1%8B%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D1%82).[[1]](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D0%BE%D2%93%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD_%D2%9B%D0%B0%D1%80%D1%8B%D0%BC-%D2%9B%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%BD%D0%B0%D1%81#cite_note-1)

Бастапқыда *паблик рилейшнз* ұғымы ұйым мен жұртшылықтың арасындағы қарым-қатынастың ерекше түрі, жұртшылықпен өзара пайдалы әрі тиімді қарым-қатынас орнату, халықтың, сондай-ақ, т.б. қоғамдық ұйымдар тарапынан өзіне жағымды көзқарас қалыптастыру мақсатында ұйым жүзеге асыратын басқару түрі (немесе [функциясы](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F)) ретінде қолданылды. Паблик рилейшнз еркін [баспасөз](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%B0%D1%81%D3%A9%D0%B7) бен ақпарат еркіндігіне негізделетін инновац. басқару жүйесі ретінде түрлі кең көлемді жобаларды ақпаратпен қамтамасыз етеді. Оның мақсаты – ортақ көзқарастар мен мүдделерді анықтау және сенімділік ауанын қалыптастыруға негізделген өзара түсіністікке қол жеткізу үшін екі жақты қарым-қатынаc орнату. Паблик рилейшнз бағдарламасының негізгі міндеттері: адамдар арасындағы [қарым-қатынас](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D0%B0%D1%80%D1%8B%D0%BC-%D2%9B%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%BD%D0%B0%D1%81) жолдарын жақсарту, екі жақты ақпарат ағымы мен түсіністікті қалыптастыру әдістерін әзірлеу, ұйымның басшылығын қоғамдық пікір турасында ақпаратпен қамтамасыз ету, жұртшылықтың мүддесіне қарай басшылықтың қызметін қамтамасыз ету; бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс жасау, ұйымның имиджін нығайту, т.б. Паблик рилейшнз өзінің міндетін атқару барысында шын ақпаратқа негізделеді, адамдарға белгілі бір көзқарасты ұстану, қайсыбір пікірлер мен идеяларды қабылдауды (теріске шығаруды) ұсынады, міндетті түрде екі жақты байланыс тетіктерін жолға қоюды ұйғарады. Дамыған елдердің көбісінде Паблик рилейшнз кез келген ұйымның қоршаған әлеум. ортасымен қарым-қатынас тетігінің ажырамас бөлігіне айналған.[[2]](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D0%BE%D2%93%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD_%D2%9B%D0%B0%D1%80%D1%8B%D0%BC-%D2%9B%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%BD%D0%B0%D1%81#cite_note-2)

**Пиар-технологиялар,PR-технологиялар** - [ағылш. *PR, public relation* - жұртшылықпен (қоғаммен) байланыс] - хьютек-технологиялардың бір бағыты. PR деп ұйым мен қоғамның арасындағы өзара түсіністік пен өзара байланысты орнатып, тұрақтылығын сақтап отыруға, қоғамдық пікірді зерттеуге, оның даму ерекшеліктерін болжап, оған ілтипатпен жауап қайыруға, басшылыққа уақыт талабына сай болуға және ұйымның, оның қызметінің, даму бағытының жағымды бейнесін қалыптастыруға бағытталған басқарудың ерекше қызметі түсініледі.

XX ғ. ортасынан PR-технологиялар әртүрлі салаларда - саяси кампанияларды жүргізуден өз халқының арасында, қала берді халықаралық деңгейде мемлекеттің имиджін қалыптастырып, көтеруге дейінгі аралықта қолданыла бастады. Экономиканың жаһандануы жағдайында елдің жағымды имиджін қалыптастыру экономикалық әріптестік пен экономикалық жағдайдың жақсаруына тікелей әсер етеді, өйткені, мемлекетке және оның агенттеріне сенімнің артуына және халықаралық қарыз-несие саласында елеулі жеңілдіктер алуға септігін тигізеді. Сонымен қатар, PR-технологиялар әртүрлі елдермен өз құндылықтар жүйесі мен әлемдік қауымдастық саласында ықпалын (мәдени және экономикалық) арттыруда белсенді түрде қолданыла бастады.

PR-кампанияны жүргізудің стратегиясында RACE: **R** (*research*) жүйесі қолданылады - міндетті қою және талдау; **A** (*action*) - жалпы бағдарламаны және тұжырымдаманы жасау; **С** (*communication*) - алға қойылған мақсаттарға жету жолында коммуникативті байланыстар орнату; **Е** (*evolution*) - кері байланысты қамтамасыз ету, нәтижелерді қорытындылау және түзетулер енгізу.

PR-технологиялардың түрлері. Ғаламдық PR-кампаниялар жүргізу үшін сын тезінен өткен дәстүрлі PR-технологиялар қолданылады: үгіт-насихат; промоушн (promotion) - талап етілген бағытта қоғамдық пікір қалыптастыру; паблисити (publicity) - сәйкес БАҚ-да жағымды ақпараттың пайда болуына жағдай жасау, жүртшылықты хабарландыру (public information), медиарилейшн (media relation) - саяси іс-әрекетті ақпараттық сүйемелдеу; басын айналдыру (brainwashing) - әсер етудің қарқынды түрлері; сыбыс тарату. Дағдарысты технологиялар - кейін шегінер жолды алдын ала ойластырып қойып, дағдарысты жағдайды әдейі ойдан шығару. Әсіресе, дәстүрлі мәдениеттегі елдерде тиімді. Дағдарыс нәтижесінде және ақпаратты қарқынды әрі жеделдетілген тәртіпте жүргізу барысында күйзелісті жағдай туады. Көптеген көзқарастар мен құндылықтар қайта қаралады, сананың қозғалмалылығы артады, дәстүрлі құндылықтарға сүйену жоғалады, нәтижесінде жаңа құндылықтар жүйесін енгізу оңайға түседі.

Символдық перфоманстарды қалыптастыру - ғаламдық ауқымда ұйымдастырылатын (мысалы, жаһандануға қарсылар, жасылдар және т.б.) бұқаралық шерулер (қолдау немесе наразылық); халық алдында мәлімдеме жасау, спорт жарыстары.

Аудиторияны жіктеу (сегменттеу) - PR-технологиялардың, әртүрлі елдер тобына немесе халық жіктерінің діни, мәдени, білім, мүліктік, құндылықты бағдарларын есепке ала отырып, мақсатты бағыттарын анықтау.

Спин-докторинг (spin-doctoring) - ақпаратгық кеңістікті басқару технологиясы, ақпараттық кеңістікті қайта кодтау және ақпараттық кеңістік арқылы әлеуметтік, экономикалық, саяси және мәдени кеңістікке ену, сондай-ақ дағдарысты жағдайда ақпаратты қайта қалпына келтіру.

Ғаламдық деңгейде әлемнің бейнесін қалыптастыруға шешуші ықпал ететін ғаламдық БАҚ-ты пайдалану және дамыту.

e-PR-технологияларын, яғни, [интернeT-PR-технологияларын](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BDeT-PR-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%D0%BB%D0%B0%D1%80%D1%8B&action=edit&redlink=1) пайдалану: [веб-сайттар](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D1%82%D0%B0%D1%80&action=edit&redlink=1), [антисайттар](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D1%82%D0%B0%D1%80&action=edit&redlink=1), [электронды таратылымдар](https://kk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D1%8B_%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%BB%D1%8B%D0%BC%D0%B4%D0%B0%D1%80&action=edit&redlink=1), жағымсыз ақпаратты [Интернет](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82) арқылы тарату, БАҚ-та аты- жөні жоқ интернет-басылымға сілтеме жасап, жалған немесе жағымсыз ақпарат тарату және т.б.[[3]](https://kk.wikipedia.org/wiki/%D2%9A%D0%BE%D2%93%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D0%BD_%D2%9B%D0%B0%D1%80%D1%8B%D0%BC-%D2%9B%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%BD%D0%B0%D1%81#cite_note-3)