



Қазақстан Республикасының
Ақпарат және қоғамдық
даму министрлігі



Қазақстандық
қоғамдық
даму
институты

Ішкі саясат саласы қызметкерлеріне арналған «Рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында түсіндіру және идеологиялық жұмыстар жүргізу бойынша ӘДІСТЕМЕЛІК ҚҰРАЛ

Нұр-Сұлтан, 2021

*Қазақстан Республикасының Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі
«Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты КЕАҚ
«Рухани жаңғыру» орталығымен
мемлекеттік тапсырма бойынша дайындалған*

Құрастырушылар: С. Иманбаева және Л. Нұрқатова

Ішкі саясат саласы қызметкерлеріне арналған «Рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында түсіндіру және идеологиялық жұмыстар жүргізу бойынша әдістемелік құрал / Ж. Боқанованың жалпы редакциясымен, Нұр-Сұлтан, 2021. – 40 б.

Әдістемелік құрал ішкі саясат саласы қызметкерлерінің «Рухани жаңғыру» бағдарламасын жүзеге асыру және ілгерілету аясында жүргізілетін идеологиялық жұмыстың тиімділігін арттыру мақсатында дайындалды. Аталмыш құрал Бағдарлама бойынша идеологиялық және түсіндіру жұмыстарын ұйымдастыру бойынша әдістемелік көмек көрсетуге және ішкі саясат саласы қызметкерлерінің құзыреттерін жетілдіруге бағытталған.

Әдістемелік құрал жергілікті атқарушы органдар жанындағы ақпараттық-түсіндіру тобының мүшелеріне, орталық мемлекеттік және жергілікті атқарушы органдардың, бұқаралық ақпарат құралдарының, сондай-ақ «Рухани жаңғыру» өңірлік жобалық кеңселерінің қызметкерлеріне арналған.

МАЗМҰНЫ

Кіріспе	4
1. «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша идеологиялық және түсіндіру жұмыстарын ұйымдастырудың өзекті мәселелері	5
2. Бағдарламаның негіздерін түсіндіру бойынша ӨЖО жұмысының тәжірибесі: мәселелер мен жетістіктер	8
3. «Рухани жаңғыру» бағдарламасының оң имиджін қалыптастыру саласында халыққа ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізудің технологиялары	12
Қорытынды	17
Әдебиеттер мен дереккөздер тізімі	17
Қысқартулар тізімі	18
Қосымша	19

Кіріспе

Қазіргі әлемде бірде-бір мемлекет идеологиясыз жасай алмайды. Идеологияның қоғам мен мемлекеттің саяси өміріне орасан зор әсері бар. Бұл оның қоғамның өмір сүруін жайғастыру мәселесі бойынша идеологиялық және саяси көзқарастардың өзіндік кешені екенін білдіреді. Осылайша, белгілі бір идеологияның үстемдігіне байланысты белгілі бір мемлекетте болашақтың қандай болатындығы туралы болжам жасауға болады.

Қазақстанның саяси және экономикалық жаңғыруының өзегі болып табылатын «Рухани жаңғыру» бағдарламасы (бұдан әрі – Бағдарлама) қазіргі заманауи қазақстандық қоғамды құруда негізгі идеологиялық құжатқа айналды. Елбасы Н.Ә. Назарбаев 2017 жылы ұсынған бұл құжат қазақ халқының дәстүрлерін түрленіп жатқан шындықтың жаңа шарттары мен сын-тегеуріндеріне бейімдеу жүйесіндегі негізгі байланыстырушы буын болды.

Қазіргі күн тәртібінің маңызды міндеті барлық деңгейлерде идеологиялық жұмысты сапалы және жүйелі жүргізу болып табылады. Бұл жұмыстың негізінде ақпараттық-түсіндіру жұмыстары жатыр. Ол қоғамдық пікірді зерделеу және өңірдегі қоғамдық-саяси ахуалды талдауды ескере отырып жоспарланады, әрі жүргізіледі. Басты міндет – кері байланыстың тиімді тетігін ала білу және халықты толғандыратын проблемаларды алдын ала анықтау мен оларды жоюда жұмыс жасау мүмкіндігіне ие болу.

Әдістемелік құрал ішкі саясат саласының қызметкерлеріне, атап айтқанда жергілікті атқарушы органдардың жанындағы ақпараттық-насихаттау тобының мүшелеріне, орталық мемлекеттік және жергілікті атқарушы органдардың, бұқаралық ақпарат құралдарының, «Рухани жаңғыру» өңірлік жобалық офистердің (бұдан әрі – ӨЖО) қызметкерлеріне «Рухани жаңғыру» бағдарламасын насихаттау бойынша жұмысты ұйымдастыруға көмек ретінде дайындалды.

Оқу құралы кіріспеден, үш бөлімнен және қорытындыдан тұрады. Сондай-ақ, пайдаланылған әдебиеттер тізімі және өз бетінше оқуға ұсынылатын дереккөздер тізімі қоса беріледі. Бұл нұсқаулықта «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша идеологиялық және түсіндіру жұмыстарын ұйымдастырудың өзекті мәселелері, Бағдарлама шеңберінде түсіндіру жұмыстарын жүргізу бойынша «Рухани жаңғыру» өңірлік жобалық кеңселерінің жұмыс тәжірибесі қарастырылады, сондай-ақ «Рухани жаңғыру» оң имиджін қалыптастыру бойынша халықпен ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізудің ұсыныстары мен технологиялары беріледі.

1. «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша идеологиялық және түсіндіру жұмыстарын ұйымдастырудың өзекті мәселелері

Кез келген ұлттық деңгейдегі бағдарлама сияқты, «Рухани жаңғыру» бағдарламасы табысқа жету үшін мүмкіндігінше көп азаматтардың ол туралы тек біліп қана қоймай, оны іске асыруға да қатысуын қажет етеді. Оның үстіне, Бағдарламаның негізгі арнайы жобалары кеңінен қоғамдық жұмылдыруды қажет етеді.

2020 жылдан бастап «Рухани жаңғыру» бағдарламасының жүйелі дамуы оның үш негізгі бағытымен қамтамасыз етілуде: «Тұлғалық даму», «Біртұтас ұлтты қалыптастыру», «Мемлекетті, азаматтық қоғамды және жергілікті қоғамдастықты дамыту».

Қоғамдық сананы жаңғырту жөніндегі жұмысқа орталық және жергілікті атқарушы органдар, түрлі ұйымдар мен қазақстандық қоғамның белсенді бөлігі тартылған.

Бағдарламаны іске асыру жұмыстар ақпараттық-идеологиялық шеңберінде іске асады. Біріншіден, бұл – ақпараттық-коммуникациялық сала, БАҚ саласы. Сарапшылар пікірлерін жариялау, талқылау, инфографиканы пайдалана отырып, пікірталас жүргізу, материалдарды түсіндіру – халықты ақпараттандырудың маңызды жолдары. Екіншіден, бұл – білім беру жүйесі. Оқушылар мен студенттер Бағдарламаның негізгі ережелері туралы ақпарат алып қана қоймай, сонымен қатар жобаларға белсенді қатысушылар болып табылады. Бұл ретте міндетті практикалық әсері бар қатысудың инновациялық әдістеріне баса назар аударылуы тиіс. Үшіншіден, бұл – азаматтық қоғам институттарының қызметі. Төртіншіден, бұл – өңірлерде құрылған бағдарламаның жобалық кеңселерінің жұмысы.

Ақпараттық-коммуникациялық сала, БАҚ саласы. Ақпараттық-коммуникациялық сала Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің (бұдан әрі – АҚДМ) қызметімен қамтамасыз етіледі. АҚДМ-ның осы бағыттағы стратегиялық мақсаты халықты «Рухани жаңғыру» идеологиясының айналасына біріктіру және бағдарламаның барлық мүдделі тұлғаларды көбірек тартуды қамтамасыз ету болып табылады.

Ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізудің негізгі форматтары: ақпараттық-түсіндіру тобының мүшелеріне арналған вебинарлар, бейне-роликтер мен бейнесюжеттер, инфографика, материалдар мен ұсынымдар жинақтары. Бағдарламаның мүдделі тұлғаларына «Рухани жаңғыру» бағдарламасын танымал ету және ілгерілету бойынша ақпараттық-түсіндіру және имидждік жұмыс жүргізу саласында ғылыми-әдістемелік қамтамасыз ету бойынша жұмыс тұрақты негізде жүргізіледі. Халықтан кері байланыс алу үшін әртүрлі бағыттағы әлеуметтік зерттеулер мен сауалнамалар жүргізіледі.

Министрлік жүйелі негізде өңірлерде ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын үйлестіруді жүзеге асырады. Ақпараттық қамтамасыз ету мақсатында өңірлерде өңірлік медиа-жоспарлар бекітіледі және іске асырылады, құрамында түрлі сала өкілдері бар ақпараттық-түсіндіру топтарының жұмысы ұйымдастырылады.

Министрлік әлеуметтік желілер арқылы халық арасында күшейтілген ақпараттық жұмыс жүргізуде. Мәселен, «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ақпараттық-имидждік ілгерілету бағдарламаның ресми сайты арқылы, ағымдағы іс-шаралар мен жобаларды жариялау. «Ruh.kz» бағдарламасын іске асыру, әлеуметтік желілерде бағдарлама идеяларын ілгерілету, өңірлік жобалау кеңселерінің қызметі, жергілікті және орталық мемлекеттік органдардың жұмысы, бірыңғай республикалық медиа-жоспар, өңірлік бейнероликтер, коммерциялық теле-радиоарналардың, баспасөз БАҚ-тарының және интернет басылымдарының эфирінде бейнероликтер, дыбыс-бейне жазу және баспа өнімдерін өндіру және орналастыру, мемлекеттік ақпараттық тапсырысты іске асыру және әлеуметтік желілердегі тұрақты жұмыс бойынша тақырыптық желілер шеңберінде ақпараттық жылжыту негізінде жүзеге асырылады.

Мысалы, өткен жылы Бағдарламаны іске асыру шеңберінде республикалық және өңірлік бұқаралық ақпарат құралдарында 9365 материал жарияланды. Оның ішінде республикалық БАҚ-та – 1942 (телеарналар – 924, баспа БАҚ – 1018), өңірлік БАҚ-та – 3271 (телеарналар – 1107, баспа БАҚ – 2164), интернет – ресурстарда – 1325, әлеуметтік медида 2827 мазмұнды жазба тіркелген.¹

Білім беру жүйесі. Білім беру ұйымдары білім беру міндеттерін орындау, білім беру сапасын арттыру бойынша ғана емес, сондай-ақ идеологиялық және ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізу бойынша да маңызды буындардың бірі болып табылады. Еліміздің өскелең және жас ұрпағымен өзара әрекет жасай отырып, педагогтар «Рухани жаңғырудың» негізгі хабарламаларын таратады, Бағдарлама мен оның арнайы жобалары туралы хабардар етеді, сондай-ақ оларды іске асыруға белсенді түрде тартады.

Бүгінгі таңда Қазақстанда 7 мыңнан астам жалпы білім беретін мектеп және 100-ден астам ЖОО бар, оларда 300 мыңнан астам педагог жұмыс істейді. Бұл өскелең және жас ұрпақтың бойында іргелі құндылықтарды, «Рухани жаңғыру» идеялары мен қағидаттарын дарыту, жастардың белсенді ұстанымын қалыптастыру жөніндегі идеологиялық жұмыстағы зор әлеует.

Осы бағытта «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ-та Білім беру саласы қызметкерлері үшін түсіндіру және

1 Отчет о реализации Стратегического плана Министерства информации и общественно-го развития Республики Казахстан на 2020-2024 годы по итогам 2020 года

идеологиялық жұмыстарды жүргізу бойынша әдістемелік құрал әзірленді, оның мақсаты «Рухани жаңғыру» бағдарламасын іске асыру және ілгерілету аясында білім беру саласы қызметкерлері жүргізетін идеологиялық жұмыстың тиімділігін арттыру болып табылады. Бұл нұсқаулықта мектеп жасындағы балаларда құндылық бағдарларын қалыптастыру және «Рухани жаңғыру» бағдарламасының қағидаттарын студент жастардың мінез-құлық ұстанымдарына кіріктіру, сондай-ақ «Рухани жаңғыру» қағидаттарына негізделген тәрбие жұмысының заманауи әдістері сияқты мәселелер қарастырылады.

Азаматтық қоғам институттары. Азаматтық сектор өкілдері ақпараттық-түсіндіру тобының құрамына белсенді түрде тартылуда, олар халықпен, еңбек ұжымдарында, түрлі қоғамдық алаңдарда түрлі кездесулер өткізеді. Азаматтарды ақпараттандырудың дәстүрлі түрлерімен қатар заманауи тәсілдері де кеңінен қолданылады.

Ашықтықты қамтамасыз ету және азаматтық қоғам өкілдерінен көбірек адамдарды тарту үшін «Азаматтық алаң» пікірталас клубының 12 отырысы құрылып, өткізілді. Бұл алаң біздің заманымыздың белгілі бір өзекті тақырыптары бойынша өз дәлелдерін білдіріп, негіздей алатын әртүрлі ғылыми, шығармашылық топтардың өкілдерін, сарапшыларын біріктіреді.

Пікірталас алаңы жұмысының маңызды қыры интернет-коммуникацияларды: «stories» форматындағы бейнелерді, сауалнамалар мен дауыс беруді (атап айтқанда, кездесулер тақырыбын қалыптастыруда), «сұрақ-жауап» сторис-түрінде ақпаратты орналастыруды, ZOOM платформасында онлайн-отырыстар мен пікірталастарды қолдану болып табылады. Осы форматтардың арқасында «Азаматтық алаң» онлайн-кеңістікте өзінің ауқымын кеңейтті және әлеуметтік желілерде «Рухани жаңғыру» идеялары мен құндылықтарын ілгерілету үшін жаңа аудиторияны тартуда.

«Азаматтық алаң» кез келген мәселелер, ұсыныстар мен сыни пікір үшін ғана ашық алаң емес, сондай-ақ Бағдарламаны іске асыруда туындайтын мәселелерге жедел арада ден қоятын орын болып табылады.

Азаматтық қоғам өкілдерін тартумен қатар идеологиялық жұмыстағы тағы бір маңызды бағыт қоғамдық пікір көшбасшыларының қатарынан «Рухани жаңғыру» бағдарламасының арнайы елшілерінің тобын қалыптастыру болып табылады. «Рухани жаңғыру» бағдарламасының арнайы елшілерінің тобын дайындау «Өзгерістердің саруарлары» жобасы шеңберінде басталды, онда әртүрлі бағыттарда жұмыс істейтін, әртүрлі мақсатты аудиториялармен және әртүрлі қоғамдастықтардағы «Рухани жаңғыру» идеялары мен құндылықтарының аудармашыларымен жұмыс істейтін көшбасшылардың өзегі қалыптастырылуда.

2020 жылы «Өзгерістердің саруарлары» жобасы шеңберінде әлеуметтік жобалардың Акселераторы іске асырылды. Оған рухани жаңғырудың

трендтері мен бағдарларын анықтайтын бағдарламаның бағыттары мен жобалары бойынша қалыптасқан көшбасшылар ғана емес, сондай-ақ халықтың белгілі бір санаттарын жандандыру бойынша қосымша күш-жігер жинақтаған жаңа көшбасшылар да қатысты. Акселерация бағдарламасының нәтижелері бойынша жобалардың 18 көшбасшысы «Рухани жаңғыру» бағдарламасының бренд-амбассадорларының сертификаттарына ие болды.

Ағымдағы жылдан бастап бұл тәжірибе жаңа қоғамдық алаңдарды ұйымдастыру, кейіннен Бағдарламаның арнайы елшілері бола алатын жаңа көшбасшыларды анықтау және даярлау үшін жағдайлар жасалатын өңірлерде қолданылатын болады.

Өңірлерде құрылған бағдарламаның жобалық офистерінің жұмысы. 2017 жылдан бастап «Рухани жаңғыру» жобалық кеңселерінің өңірлік желісі құрылды, олар бағдарламаны іске асыруды ақпараттық қолдауды қамтамасыз ету бойынша жүйелі жұмыс жүргізеді, тәрбиелік, әлеуметтік және мәдени жобаларды қоштау мен қолдауды жүзеге асырады, өңірде өткізілетін іс-шаралардың әлеуметтанушылық зерттеулеріне және мониторингіне қатысады, жергілікті жерлерде ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізеді. «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша ақпараттық-түсіндіру жұмысында ӨЖО тәжірибесі келесі бөлімде толыққанды сипатталған.

Сонымен қатар, «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша идеологиялық және түсіндіру жұмыстарын ұйымдастыруда АТТ мүшелері келесі мәселелерге назар аударуы қажет:

- интернеттегі ақпараттық-түсіндіру жұмыстарының жеткіліксіз деңгейі;
- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде мақсатты аудиторияға баса назар аудару;
- интернет-кеңістікте материалдар мен ақпаратқа мониторинг және саптама жүргізу;
- идеологиялық кадрлар мен активті даярлау сапасын арттыруға, идеологиялық, ақпараттық, тәрбие жұмысының тәжірибесін зерделеуге, жинақтауға және таратуға, идеологиялық кадрларды оқыту жүйесі мен қызметінің тиімді нысандарын жұмыс практикасына енгізуге назар аудару.

2. Бағдарламаның негіздерін түсіндіру бойынша ӨЖО жұмысының тәжірибесі: мәселелер мен жетістіктер

«Рухани жаңғыру» бағдарламасының негіздерін халық арасында таңымал етудегі ақпараттық-түсіндіру жұмысының маңызы айтарлықтай, оған мемлекеттік органдар ғана емес, түрлі сала өкілдері де тартылған. Түсіндіру жұмысының негізгі міндеті азаматтарға бағдарламаның өзі және оның іске асырылып жатқан арнайы жобалары туралы объективті ақпарат

беру болып табылады. Бұл бағытта «Рухани жаңғыру» өңірлік жобалық кеңселеріне маңызды рөлі бөлінген.

ӨЖО желісі бүкіл Қазақстанды қамтиды: кеңселер 14 облыста және республикалық маңызы бар 3 қалада ашылған. ӨЖО Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың бағдарламалық мақалаларын іске асыру бойынша түсіндіру жұмыстарын жүргізеді, бағдарламаның арнайы жобаларына ақпараттық қолдауды жүргізеді және жұртшылықпен тұрақты байланыста болады. ӨЖО әр жылдары (2017 жылдан 2019 жылға дейін) ашылғандықтан ², Бағдарламаны іске асыру бойынша ақпараттық-түсіндіру жұмысының тәжірибесі салыстырмалы түрде аз, бірақ соған қарамастан, осы жұмысты жергілікті жерлерде жүргізудің белгілі бір моделі құрылды.

ӨЖО ақпараттық-түсіндіру жұмысының негізгі мақсаты – халықтың қалың топтарын «Рухани жаңғыру» бағдарламасының негізгі бағыттары, әрбір нақты өңірде арнайы жобаларды іске асыру барысы туралы хабардар ету, сондай-ақ Бағдарламаны іске асыруға тартылған азаматтарды қамтуды ұлғайту. ӨЖО-нің барлық ақпараттық-түсіндіру жұмыстары мақсатты аудиторияны, ақпарат беру форматтарын, контенттің өзектілігін және қоғамдық пікір көшбасшыларын тартуды ескере отырып құрылады.

Ақпараттық-түсіндіру жұмыстарының тиімді құралдарының бірі бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмысты ұйымдастыру болып табылады. Өткізілетін іс-шараларды ақпараттық қолдау шеңберінде ӨЖО БАҚ-пен тығыз өзара қарым-қатынаста әрекеттесуді орнатты. Жыл сайын «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын ұйымдастыру үшін әрбір ӨЖО тақырыптық медиажоспарды бекітеді.

Жарияланатын талдамалық мақалалар, сұхбаттар, түсініктемелер жоғары оқу орындарының сарапшыларын, ғылыми зиялы қауым өкілдерін, саясаттанушыларды, әлеуметтанушыларды, қоғам қайраткерлерін, азаматтық қоғам және мемлекеттік құрылымдар өкілдерін тарта отырып дайындалады. Жылына орта есеппен өңірлік БАҚ-та 2000-ға жуық материал (екі тілде), өңірлік телеарналарда 100-ге жуық түрлі бейнесюжеттер жарияланады. Жеке БАҚ-та «Рухани жаңғыру» бағдарламасының негізгі ережелері мен арнайы жобаларға арналған тақырыптық айдарлары ашылууда.

Мысалы, облыстық «Солтүстік Қазақстан» газеттер желісінде «Бір әннің тарихы», «Туған жер», «Жеріңнің аты – еліңнің хаты», «Жаныңда жүр жақсы адам», «Туған жер – тұғырың», «Сакралды география», «Рухани жаңғыру» айдарлары ашылды. Айдарлар бірыңғай логотиппен жариялануда.

Мәселен, облыстық «Aqtóbe» телеарнасында жаңа форматтағы арнайы телебағдарламалар құрылды: «Заман» бағдарламасы қоғамның өзекті мәселелерін көтереді; «Біздің тарих» бағдарламасында өлкенің, қасиетті орындар мен тарихи ескерткіштердің тарихы кеңінен ашылады; «Ұлы

2 <https://kipd.kz/ru/regionalnye-proektnye-ofisy>

тұлға» бағдарламасы өңірдің дамуына өз үлесін қосқан және елдегі ең-бегімен танымал адамдар туралы баяндайды. «Ел баласы» бағдарламасы осы жерде дүниеге келген және өз халқына пайда әкелгісі келетін азаматтарды мадақтайды, ал «Отбасылық өркендеу» бағдарламасы үлгілі отбасылардың адамгершілік тәрбиесі туралы айтады. «Жастар» бағдарламасы қазіргі жастардың мүмкіндіктері мен өмір салты, олардың болашаққа деген көзқарастары туралы әңгімелейді, ал «Мамандықтың кілті» бағдарламасында еңбекқорлық пен табандылықтың арқасында мансаптық өсу мен табысқа қол жеткізген кәсіпкерлер туралы айтылады.³

Қазіргі заманауи ақпараттық кеңістік жағдайларын және әлеуметтік желілер мен мессенджерлер контентінің әсерінің артуын ескере отырып, қазіргі заманауи коммуникация арналары арқылы толыққанды әсер ету қажеттілігі ұлғаюда. Instagram және Facebook әлеуметтік желілерінде (Telegram және VK сирек) ӨЖО ресми парақшалары ашылды, онда өткізілетін іс-шаралар туралы өзекті ақпарат пен туған өлке тарихынан немесе тарихи кейіпкерлердің өмірінен қызықты фактілермен, өңірдің киелі жерлері туралы мәліметтермен, кітаптардан үзінділермен, мақал-мәтелдермен және нұсқаулармен посттар жариялануда.

Сондай-ақ, ӨЖО Youtube-арнасында түрлі бейнероликтерді орналастырады, түрлі интернет-ресурстармен жұмыс жүргізіледі, атап айтқанда «RuH.kz» атты тақырыптық материалдар, сарапшылардың сұхбаттары мен түсініктемелері үнемі жарияланып тұрады. Жалпы, ӨЖО ақпараттық материалдарын дайындау кезінде заманауи ақпараттық технологияларға, посттарды визуалды безендіруге, әлеуметтік жарнама технологияларын қолдануға баса назар аударылады.

Жұртшылықтан кері байланыс алу үшін ӨЖО ақпараттық топтарды ұйымдастырды, олар халық арасында түсіндіру жұмыстарын жүргізеді. COVID-19 пандемиясына байланысты олардың басым бөлігі онлайн форматта өткізіледі.

Азаматтармен өзара әрекеттесу үшін әртүрлі әлеуметтік желілер мен мобильді қосымшалар арқылы тікелей эфирлер ұйымдастырылады. Қоғамдық сананы жаңғырту саласын жақсарту бойынша проблемалық мәселелер мен ұсыныстарды анықтау мақсатында сауалнамалар жүргізіледі және олардың нәтижелерін ескере отырып, түсіндіру дәрістері, семинар-кеңестер және басқа да түсіндіру іс-шаралары жүргізіледі.

ӨЖО-нің ақпараттық-түсіндіру жұмысын ұйымдастырудағы қызықты тәсілдің бірі – визуалды элементтерді қолдану болып табылады: тақырыптық баннерлер, брандмауэрлер, түрлі ақпараттық көрмелер және т.б. орналастырылуда.

3 Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» за 10 месяцев 2020 года

Сондай-ақ түсіндіру жұмысында білім беру компоненті маңызды. Білім беру мекемелері арқылы арнайы жобалардың маңыздылығын түсіндіруді күшейту қажеттілігі атап өтілді. Бұл бағытта Нұр-Сұлтан қаласындағы ӨЖО үлгілі болып табылады, оның базасында «Рухани жаңғыру» оқу орталығы құрылды. Орталықта танымал тұлғалар мен қоғам қайраткерлерін тарта отырып, бағдарламаның үш бағыты мен алты негізгі қағидаты бойынша тегін дәрістер мен семинарлар өткізіледі. Сондай-ақ әлеуметтік желілердегі контенттің негізгі бөлігі білім беру сипатында болатын Шығыс Қазақстан облысындағы ӨЖО-нің тәжірибесі де қызықты.

Сонымен қатар, ӨЖО ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын ұйымдастыруда бірқатар қиындық тудыратын мәселелер бар. Мәселен, жүргізіліп жатқан жұмысқа және ілгерілетудің қазіргі заманауи тәсілдеріне қарамастан, халықты хабардар ету үлесі орташадан төмен болып қалуда. Осылайша, 2020 жылы «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ жүргізген әлеуметтік сауалнама нәтижелері бойынша сұралғандардың тек 13,5%-ы ғана «Рухани жаңғыру» бағдарламасы туралы неғұрлым толық түсінікке ие. 39,6%-ы бағдарлама туралы бірдеңе естіген, ал респонденттердің 46,9%-ы бағдарлама туралы ешқашан естімеген. Ең аз білетіндер: 60 жастан асқан респонденттер (56,5%-ы ешқашан естімеген), орыстар және басқа этникалық топтардың өкілдері (сәйкесінше 62,1% және 63,2%).

ӨЖО-ның ақпараттық-түсіндіру жұмысын ұйымдастыруда мыналарға назар аударған маңызды:

- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде өңірдің шалғай аудандарындағы түсіндіру іс-шараларына көбірек көңіл бөлу қажет;
- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде көпэтностық аудиторияны қамтуға баса назар аудару керек;
- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде үлкен жастағы аудиториямен жұмыс форматтарына көбірек көңіл бөлу керек;
- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде «Құқықтық мәдениет», «Еңбек – елдің мұраты», «Дәстүр мен ғұрып» және «Үнем – қоғам қуаты» атты төрт жаңа арнайы жоба туралы хабардар етуге көп көңіл бөлу қажет;
- ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізуде LED-экрандарда, қоғамдық көліктегі экрандарда, адамдар көп жиналатын жерлерде аудио/видео материалдарды, электрондық басты беттерде және т. б. көрсету арқылы «Рухани жаңғыру» бағдарламасының құндылықтарын көпшіліктің санасына сіңіруге назар аудару қажет;
- ӨЖО мен «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ кеңес беру мен әдістемелік жұмыс бойынша жүйелі өзара іс-қимылды күшейткен жөн.

2020 жылы «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ Бағдарламаны іске асыруда олардың жеке тиімділігін арттыруға бағытталған 17 ӨЖО қызметкерлерінің кәсіби біліктілігі мен құзыреттілігін арттыру бойынша білім беру онлайн-іс-шараларын ұйымдастырғанын атап өткен жөн. Сабақтар Youtube каналында көрсетілетін ZOOM платформасында вебинарлар форматында қашықтықтан өткізілді. Оқыту «Рухани жаңғыру» бағдарламасы туралы базалық білім», «Өңірлік жобалау кеңселері қызметкерлерінің құзыреттілігін арттыру» және «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ілгерілету үшін soft skills-ті дамыту» атты үш модульден құралды.

2021 жылы «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ идеологиялық блок аясында біркелкі вебинарлар түрінде қызметкерлерді оқыту жұмыстарын келесі 5 модуль тақырыбы аясында жалғастырады: «Рухани жаңғыру» бағдарламасын тиімді іске асырудың негізгі тәсілдері», «Жергілікті қоғамдастықтармен жұмыс істеу технологиялары», «Рухани жаңғыру» бағдарламасының құндылықтары контекстінде қазақстандықтардың қоғамдық пікірін зерттеу әдістері», «Отбасы және жастар қоғамдық дамуды жаңғырту институттары ретінде. Қоғаммен жұмыс жасау технологиялары» және «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ілгерілетудегі ақпараттық жұмыстың ерекшеліктері».

Жалпы, ӨЖО-ның «Рухани жаңғыру» бағдарламасын танымал ету және ілгерілету бойынша ақпараттық-түсіндіру жұмысын жүргізудегі тәжірибесі интернет-кеңістікте болуға және бағдарламаның қағидаттарына сәйкес келетін танымдық және оқыту контентін арттыруға баса назар аударуда жеткілікті түрде нәтижелі санатында.

3. «Рухани жаңғыру» бағдарламасының оң имиджін қалыптастыру саласында халыққа ақпараттық-түсіндіру жұмыстарын жүргізудің технологиялары

Соңғы жылдары Қазақстанда болып жатқан қоғамдық-саяси үрдістердің күрт серпілуі жағдайында мемлекеттегі ішкі саясатты іске асыруға жауапты адамдардың кәсіби құзыреттерін дамытуға қажеттілік, әлеуметтік-саяси білімнің болуы және Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың бағдарламалық құжаттарын іске асыру, Президенттің жыл сайынғы Жолдаулары, Республика Үкіметі мен Парламентінің жарлықтарының ұстанымы туралы жан-жақты хабардар болу ерекше өзекті сипат алуда. Дамыған елдердің көп жылдық тәжірибесі Халықпен *уақтылы ақпараттық-түсіндіру жұмысы* (бұдан ары – АТЖ) шын мәнінде қоғамдық қатынастарды тұрақтандырудың неғұрлым тиімді сапалы факторларының бірі болып табылатынын растайды.

Бүгінде екі түрлі тенденцияның дамуын байқауға болады. Бір жағынан, жеке тұлғаның жан-жақты дамуына, оны саясатқа белсенді тарту, оның өзін-өзі тануының өсуіне әлеуметтік қажеттілік артып келеді. Бұл үрдісті адамдардың саясат туралы белсенділігі мен хабардарлығының өсуі, жаппай саяси мінез-құлық пен сананың өзгеруі дәлелдейді. Ал екінші жағынан, адамды мемлекеттен, оның институттарынан, саяси шешімдер қабылдаудан алыстатудың әртүрлі формаларында көрінетін айқын және артқа тарту тенденциясы да байқалуда. Дәл осы екі тенденция күресінде саяси мінез-құлықтың жаңа тетіктері және ішкі саясаттың жаңа субъектісі қалыптасады, мәселен, белсенді, ақпараттандырылған, тәуелсіз және жауапты шешімдер қабылдайтын адам ⁴.

Қазіргі әлем АТЖ-ның өмірдің барлық шындықтарына шексіз әсер етуімен сипатталуда және бұл жағдай адамгершілік және этикалық құндылықтардың нақтыланған мәжені белгілейтін (немесе белгілеуі керек), адамдардың бағалауы мен мінез-құлқына экономикалық, саяси, идеологиялық әсер ететін ғылыми қоғамдастық тарапынан теңгерімді бағалауды талап етеді. АТЖ-ның осындай күшті әсері негізі сананы жаңғырту болып табылтын жаңаша ойлайтын адамды тәрбиелеуге ықпал етеді.

Сонымен бірге, қоғамда ішкі саясаттан оқшауланған іс жүзінде ешқандай құрылымдар, оның ішінде оқшауланған жеке адам да жоқ, олардың барлығы ішкі саясатпен, ең болмағанда пассивті өзара әрекеттесу, кері байланыстар және т.б. түрлерімен байланысты. Мұның бәрі қатаң сыртқы бақылау тетіктерінің дәстүрлі жүйесін саяси әлеуметтенудің нәтижесі болып табылатын саяси мінез-құлықты ішінара реттеушілерімен алмастыруды қажет етеді.

Бағдарламаның оң имиджін қалыптастыру саласында АТЖ жүргізу кезінде оның мынадай маңызды технологияларын пайдалануды ұсынамыз ⁵:

- ақпараттық науқандарды өткізу (онлайн платформа, порталдар, офлайн іс-шаралар арқылы);
- белсенді оқыту (COVID-19 пандемиясының карантиндік шараларының жалғасуына байланысты ӨЖО мен ЖОО вебинарларын өткізу);
- бейресми білім беру (Оқушылар сарайы базасында балалар мен жасөспірімдерге арналған жеке тұлғалық даму бағдарламалары);
- жалпы білім беру мектептерінің оқушыларын тарту («Рухани жаңғыру бағдарламасының 2021 жылға Ұлттық жаңғыру кезеңіне көшуі жөніндегі жол картасы шеңберіндегі мектеп жобалары, тарих, әдебиет, әлемді тану

4 Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций//<http://www.yasu.am/files/10-1540795473-.pdf>

5 Разъяснительная и просветительская работа по информированию населения об уменьшении опасности бедствий: справочник// https://www.preventionweb.net/files/61592_publicawarenessddrguiderus.pdf

сабақтарында «Рухани жаңғыру» бағдарламасы бойынша білім беру компонентінің болуы).

Сонымен қатар, жұмыста келесі қағидаларды ұстану керек:

1-қағидат: ақпараттық хабарламалардың дәйектілігі және стандартталуы;

2-қағидат: заңдылық пен бедел;

3-Қағидат: масштабтаулық;

4-Қағидат: тұрақтылық.

Сонымен қатар, төмендегідей АТЖ құралдарын белсенді қолданған жөн:

- жарияланымдар;

- оқу сабақтары, модульдер мен таныстырылымдар;

- интерактивті оқыту;

- театр және сахна өнері;

- ойындар мен байқаулар;

- аудио және видеоматериалдар;

- интернет қорлары;

- әлеуметтік БАҚ;

- телебайланыс;

- түрлі құралдарды құрамдастыру (араластыра отырып, пайдалану).

Сонымен қатар, мақсатты түрде имиджді қалыптастыру технологиялары келесі кезеңдерді қамтитынын ескеру қажет:

1) имидждік мақсаттарды қалыптастыру. Қажетті имиджде қамтылған ақпаратты нақты тұжырымдау қажет;

2) имидждік аудиторияны талдау (бұл кезеңде имидждік аудиторияға сандық және сапалық зерттеулер жүргізіледі);

3) имидждік сипаттамаларды жасау (имидждік аудиторияға таратылуы қажет қасиеттердің тізімі жасалады);

4) қолда бар және болуы қажетті сипаттамалардың арақатынасы.

Имиджді көтеру амалдарына мыналар жатады:

1) қоғамның мақсатты топтарының түсінігінде қолданылатын басты әлеуметтік құндылықтарды түсініп оларды қолдау;

2) жеке билікті күшейту;

3) басшының дене күшін арттыру;

4) сенімділік пен ішкі қуатты арттыру;

5) сіңірген еңбектерін, жетістіктерін, марапаттарын көрсету;

6) миссионерлік – өзекті әлеуметтік мәселелерді шешуде өзіне міндеттерді жүктеп алу (қайырымдылық, демеушілік және т. б.);

7) жалпы қауым мойындаған беделді адамдарға қосылу (беделді адамдармен, ұйымдармен жақсы, жақсы қарым-қатынас орнатып, жұмыстарын насихаттау).

Имидждің барлық құрамдас бөліктері өзара байланысты және бір-біріне әсер ететін болғандықтан, әрбір нақты жағдайда техниканың жеке, өзіне сай келетін түрін таңдау керек.

Имиджді құрудағы маңызды кез АТЖ бағыттарын таңдау болып табылады. Теледидарды пайдалану ең тиімді, өйткені ол ең үлкен аудиторияны қамтуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, имидждік стратегияны басқа бағыттарда – баспасөзде, радиода және әсіресе, Интернетте ұстанған маңызды. Әртүрлі АТЖ бағыттары арқылы келіп түсетін қайшылықты ақпараттың болуы имидждің бұзылуына әкелуі мүмкін.

Қорытынды. Топтық үдерістер мен топтар арасындағы қатынастарға әсер етудің маңызды тетіктерінің бірі – стереотиптеу болып табылады. Әртүрлі әлеуметтік топтардың стереотиптері қоғамдық орталарда жаппай қарым-қатынас жасауда қолданылады, нәтижесінде қолданыстағы стереотиптер күшейтіліп, адамдар оны топтар арасында да, тұлғааралық қарым-қатынаста да белсенді қолдана бастайды. Этникалық топтардың стереотиптік көрінісі және әртүрлі оқиғаларға қатысушылардың ұлтына баса назар аударылу тұлғааралық қабылдаудың топтар арасындағы деңгейге және этникалық қақтығыстарға ауысуына себеп болуы мүмкін.

Қазіргі уақытта саяси насихат АТЖ арқылы жүзеге асырылады, бұл оның әсер ету қабілетін едәуір арттырады. Саяси насихаттың бағыттарына саяси жарнама, арнайы бағдарламалардағы саяси пікірталастар және жаңалықтар сюжеттері жатады. Ток-шоудың көмегімен әртүрлі өзекті әлеуметтік және саяси мәселелер бойынша қоғамдық пікір қалыптасады. Үміткерлерге қауесеттерді және басқа «қара PR» әдістерін тарату үшін АТЖ бұқаралық коммуникациялары да қолданылады.

АТЖ-ның ұсынылатын тәсілдерінің қатарына бірінші кезекте Интернет желісінде Ru.kz ақпараттық порталын құру және оны мазмұнмен толтыру жатады. Ақпараттық порталдың мекенжайын немесе оған сілтемені жалпы жұрттың назарына ЖАО/ОМО ресми сайтында орналастырған орынды.

Сайтта келесі ақпаратты орналастыруға болады:

- мемлекеттік билік органдарымен немесе жергілікті өзін-өзі басқару органдарымен (оның ішінде «Рухани жаңғыру» арнайы жобалары туралы; 2021 жылға арналған «Рухани жаңғыру» бағдарламасын ұлттық жаңғырту кезеңіне көшіру жөніндегі Жол картасы және Акселераторды іске асыру, «Рухани жаңғыру» бағдарламасының бренд-амбассадорлары туралы және т.б.);

- мерекелік күндерге арналған іс-шаралар.

Ақпараттық порталда жергілікті деңгейде «Рухани жаңғыру» бағдарламасын іске асыруға қатысты пікірлер мен ұсынымдар алу мақсатында азаматтардан кері байланыс алу мүмкіндігі көзделуі тиіс.

Ақпараттық жүйеде ашық орналастырылатын барлық ақпарат тегін болуы тиіс. Сонымен қатар, ақпараттың көп бөлігі көпшілікке қолжетімді болуы керек.

Екінші ірі бағыт – әлеуметтік жарнаманы, вирустық бейнелерді тарату болып табылады.

Егер бірінші блокта «Рухани жаңғыру» бағдарламасының барлық жобалары туралы бірыңғай форматта ақпарат жинау және тарату көзделсе, екінші бағыт ӨЖО қызметінің бағыттары мен жобалары туралы ақпаратты бұқаралық ақпарат құралдарында (теледидар, радио, әлеуметтік желілер және т.б.) ұсынуға, сондай-ақ сыртқы әлеуметтік жарнаманы орналастыруға мүмкіндік береді.

БАҚ-пен өзара іс-қимыл әрекеттері мемлекеттік тапсырыс шеңберінде жүзеге асырылған жағдайлар да болуы мүмкін. Бұл жағдайда, сондай-ақ Бағдарлама іс-шараларының құрамында «Рухани жаңғыру» бағдарламасы материалдарының мұрағатына сілтеме жасай отырып, порталда және ашық қолжетімділікте ағымдағы жылы іске асырылатын «Рухани жаңғыру» арнайы жобалары туралы ақпаратты орналастыруды көздеуге болады.

Үшінші бағыт – «Рухани жаңғыру» Қазақстандық қоғамдық даму институты» КЕАҚ, ҚР АҚДМ, ЖАО, ӨЖО өткізетін нақты жобалар мен іс-шараларға ақпараттық қолдау көрсету: оқиғаларды жариялау, іс-шараны нысаналы аудитория арасында жариялау үшін БАҚ-ты тартуға, қажет болған жағдайда іс-шараға билік органдары өкілдерінің, сондай-ақ «100 жаңа тұлға» байқауына қатысушылар мен жеңімпаздарының жеке қатысуына көмек көрсету.

Мемлекеттік билік органдарының АТЖ арқылы «Рухани жаңғыру» бағдарламасының оң имиджін қалыптастыруда БАҚ пен өзара байланысын қарастырып болсақ байланыстың үш негізгі формасын көрсетуге болады – негізгі ақпарат, имидждік және шұғыл ақпарат. Бұны, біздің ойымызша, жергілікті атқарушы билік органының ақпараттық саясатының неғұрлым өзекті болып табылатын үш мақсатына қарай бөлген жөн: билік органының қызметі туралы ақпараттың қолжетімділігін қамтамасыз ету мақсаттары (ағымдағы ақпараттық жұмыс), халық тарапынан билік органына деген сенімді арттыру мақсаттары (имидждік жұмыс) және ара-тұра күн тәртібіне қойылатын теріс ақпаратқа қарсы іс-қимыл мақсаттары («шұғыл жұмыс»). Әрине, барлық үш форма, сайып келгенде, мемлекеттік биліктің имиджіне жұмыс істейді, бірақ әр түр ерекше өзіндік сипатты, әсіресе олар нақты практикада жүзеге асырудың технологиялық кезеңінде көрінеді.

Осылайша, қазіргі заман «Рухани жаңғыру» бағдарламасын іске асыруға жауапты барлық институттардың оң имиджін қалыптастыру саласында халыққа күнделікті АТЖ-ны ұйымдастыру жолында айтарлықтай елеулі талаптар қоюда, оған қоса бұл белгілі бір мемлекеттік құрылымдар қызметінің тиімділігін анықтайтын көрсеткішке де айналып отыр.

АТЖ тиімділігі стратегиялық күн тәртібінде қоғамдық пікірлерден көрініс табатын өзекті мәселелердің мазмұны бойынша ғана емес ақпарат

құралдарында жариялау формасы арқылы да Бағдарламаның ақпарат алаңын қалыптастырады.

Қорытынды

Тиімді құрылған ақпараттық-түсіндіру жұмысы ақпараттық салада нақты бағдарды ұстануға мүмкіндік береді. Бүгінгі күні әртүрлі институттарды тарта отырып, қоғамдық сананы жаңғырту саласында идеологиялық жұмысты тұрақты ұйымдастыру мен жүргізудің белгілі бір жүйесі әзірленді.

Осы қызметті жетілдірудегі келесі қадам Бағдарламаның негізгі мүдделі тұлғалары мен білім беру ұйымдары арқылы «Рухани жаңғыруды» танымал ету және ілгерілету бойынша ақпараттық-түсіндіру және имидждік жұмыс жүргізу саласында оқытуды ұйымдастыру және құзыреттілікті арттыру болуы тиіс.

«Рухани жаңғыру» бағдарламасының мәнмәтінінде қазақстандықтардың жеке және азаматтық қасиеттерін қалыптастыру жүргізілетін бірыңғай идеологиялық кеңістікті құрастыру үшін негіз болуға әлеуеті бар екені сөзсіз. Осы бағыттағы жаңа бастамалар мен көзқарас түпкілікті мақсатқа жетуге мүмкіндік беретін негізгі бағдарларға айналады, яғни «Рухани жаңғыру» идеологиясы мемлекеттік күн тәртібінің негізгі мазмұнына аналады.

Пайдаланылған дереккөздер мен әдебиеттер тізімі

1. Отчет о реализации Стратегического плана Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан на 2020-2024 годы по итогам 2020 года// <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/documents/details/130703>
2. Интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/regionalnye-proektnye-ofisy>
3. Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» за 10 месяцев 2020 года
4. Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций// <http://www.yasu.am/files/10-1540795473-.pdf>
5. Разъяснительная и просветительская работа по информированию населения об уменьшении опасности бедствий: справочник// https://www.preventionweb.net/files/61592_publicawarenessddrguiderus.pdf

Ұсынылатын дереккөздер мен әдебиеттер тізімі

1. Технологические пакеты по 6 направлениям программы «Рухани жаңғыру» (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/tehnologicheskije-pakety-po-shesti-napravleniyam-programmy-ruhani-jangyru>)
2. Методическое пособие по проведению разъяснительной и идеологической работы для работников образовательной сферы
3. Методическое пособие по работе с агрессорами (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/metodicheskoe-posobie-po-rabote-s-agressorami>)

4. Политические взгляды и ориентации населения старшего возраста 40+ (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/politicheskie-vzglyady-i-orientacii-naseleniya-starshego-vozrasta-40>)
5. Комплекс вебинаров для сотрудников РПО «Рухани жаңғыру», государственных органов, отвечающих за реализацию программы «Рухани жаңғыру» и различных категорий населения (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/videozapisi-vebinarov-po-programme-obucheniya-dlya-sotrudnikov-rpo-ruhani-jangyru-gosudarstvennyh-organov-otvechayushchih-za-realizaciyu-programm-ruhani-jangyru-i-razlichnyh-kategoriy-naseleniya>)
6. Практические материалы по разъяснению статьи Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» / Ильясова Г.Т. – Астана: Академия политического менеджмента партии «Нұр Отан», 2018. – 33 б.
7. Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» (2017, 2018, 9 ай. 2019 ж.)
8. Современный Казахстан: общественное мнение / отв. ред. Б.К. Султанов. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – 156 б.

Қысқартулар тізімі

АТТ – ақпараттық-түсіндіру тобы

АТЖ – ақпараттық-түсіндіру жұмысы

ҚР АҚДМ – Қазақстан Республикасы Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі

ӨЖО – өңірлік жобалық офисі

ЖАО – жергілікті атқарушы органдар

КЕАҚ – коммерциялық емес акционерлік қоғам

АЖК – аймақтық жобалау кеңселері

БАҚ – бұқаралық ақпарат құралдары

ОМО – орталық мемлекеттік органдар

LED – light-emitting diode (жарық шығаратын диод)

PR – public relations (қоғаммен байланыс)

Нысаналы топтармен ақпараттық-түсіндіру жұмысын ұйымдастыру жөніндегі ұсынымдар.

Бағдарламаны іске асыру тиімділігін арттыру үшін АТЖ-ны күшейту қажет. Мұндай шара халықтың әртүрлі санаттары үшін ең тиімді болып көрінеді. Жалпы алғанда, қала мен ауыл тұрғындарының, ерлер мен әйелдердің көзқарастары ұқсас, көрсеткіштер республикалық орта деңгейге жақын. Жас топтары бөлінісінде АТЖ өткізу бойынша шараларды барлық топтар қолдайды, ең маңыздысы – 60 жастан асқан респонденттер арасында (73,2%). Әрбір үшінші (34,7%) ауылдық жерлердегі іс-шаралар санының артуы Бағдарламаның одан әрі танымал болуына және тиімділігін арттыруға ықпал етеді деп есептейді.

«Рухани жағыру» бағдарламасы туралы толық ақпараттандырудың төмен көрсеткіштеріне қарамастан, көрсеткіштер қазақтар арасында жоғары (16,9%), ал орыстар (6,4%) және басқа этникалық топтар (5,8%) арасында төмен. 60 жастан асқан респонденттердің хабардарлығы төмен.

Белгілі бір мақсатты топты нақты сегменттеу, оны басқа топтардан алшақтату, сонымен қатар таңдалған топтың мінез-құлқы басқаларға әсер тигізбестен әсер ететін жұмыс формаларын қолдану мүмкін емес. Сонымен қатар, зерттеу нәтижелеріне негізделген және практикалық қызметте қолдануға болатын АТЖ үшін нұсқаулық қалыптастыру әбден мүмкін.

Мұндай нұсқаулар төмендегі кестеде келтірілген. Олар таңдалған әсер ету әдісі қандай мақсатты топқа басым әсер ететінін түсінуге көмектеседі:

Нысаналы топтар	«Рухани жаңғыру» бағдарламасының проблематикасына қатысты нысаналы топтардың басым сипаттамалары	Сипаттамаларға қатысты жұмыстың басым әдістері	Ескертпелер
Жастар (16-29 жас аралығы)	<ul style="list-style-type: none"> - Қалыптаспаған дүниетаным; - Әділетсіздікке қарсы күрес тақырыбына қызығушылықтың артуы; - мифтік кейіпкерлерге, ұлттық фольклордағы кейіпкерлерге, көркем шығармалардағы кейіпкерлерге, әдеби және кино өнеріндегі батырлар мен батырларға деген жанашырлықтың үлесі жоғары. Жастар оқырмандар мен көрермендер белгілі бір дәрежеде көркем шығармалардың кейіпкерлеріне жанашырлық танытады деп санайды. - Тұрақты ақпарат көзі ретінде Интернетті атағандардың жоғары үлесі (44,7%). 	<ul style="list-style-type: none"> - Кино және көркем әдебиет туындылары арқылы тақырыпты ұсыну; Интернет-кеңістік. 	«Рухани жаңғыру» бағдарламасының іс-шараларына әйелдер (13,6%), жастар (13,6%), 30-59 жастағы респонденттер (13,1%), сондай-ақ қазақтар (12,9%) жиі қатысты.
30-59 жас ұрпақ	<ul style="list-style-type: none"> - Қалыптасқан дүниетаным; - Тұрмыстық проблемалар мен мансаптық - кәсіби өсудегі екпін; - Бағдарлама тақырыбына қызығушылықтың төмендеуі. 	<ul style="list-style-type: none"> - Отандық кино; - Вирустық бейнероликтер. 	Ықпал етудің жұмсақ формасы (Nudge)
Аға буын (60 жастан жоғары)	<ul style="list-style-type: none"> - Қалыптасқан дүниетаным. - Бағдарлама тақырыбына қызығушылықтың төмендеуі. 	Ықпал ету агенттері ретінде жұмысқа тарту.	Жас топтары бөлінісінде АТЖ қажеттілігін барлық топтар қолдайды, ең маңыздысы – 60 жастан асқан респонденттер арасында (73,2%).
Интернет қолданушылары	Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 44,7%-ы әлеуметтік желілерді қоса алғанда, интернет-көздерден Бағдарлама туралы білгендерін хабарлады.	SMM	Респонденттердің көпшілігі арнайы жобалар туралы дәстүрлі ақпарат көздерінен біледі: 56,0% теледидар мен радионы атап өтті.
Орыстар және басқа этникалық топтардың өкілдері	<ul style="list-style-type: none"> - Бағдарламаның жоғары этникалық түсіне байланысты өзін қоғамның ажырамас бөлігі ретінде сезіну; - Көші-қон көңіл-күйі. 	<ul style="list-style-type: none"> - Барлық этникалық топтардың маңыздылығын белгілеу; - Интернационалдық контентті қалыптастыру. 	



Министерство информации
и общественного развития
Республики Казахстан



КИОР
РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ

Казахстанский
институт
общественного
развития

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
для работников сферы внутренней политики
по проведению разъяснительной и
идеологической работы в контексте
Программы «Рухани жаңғыру»

Нур-Султан, 2021

*Подготовлено Центром «Рухани жаңғыру»
НАО «Казахстанский институт общественного развития
«Рухани жаңғыру»
по государственному заданию
Министерства информации и общественного развития
Республики Казахстан*

Составители: Иманбаева С., Нуркатова Л.

Методическое пособие для работников сферы внутренней политики по проведению разъяснительной и идеологической работы в контексте Программы «Рухани жаңғыру» / *под редакцией Букановой Ж., Нур-Султан, 2021. – 40 с.*

Данное методическое пособие подготовлено с целью повышения эффективности идеологической работы, проводимой работниками сферы внутренней политики, в контексте реализации и продвижения Программы «Рухани жаңғыру». Данное пособие направлено на оказание методической помощи по организации идеологической и разъяснительной работы по Программе и совершенствование компетенций работников сферы внутренней политики.

Методическое пособие предназначено для членов информационно-разъяснительного пула при местных исполнительных органах, для работников центральных государственных и местных исполнительных органов, средств массовой информации, а также региональных проектных офисов «Рухани жаңғыру».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	24
1. Актуальные вопросы организации идеологической и разъяснительной работы по Программе «Рухани жаңғыру»	25
2. Опыт работы РПО по разъяснению основ Программы: проблемы и достижения	28
3. Технологии информационно-разъяснительной работы с населением в сфере формирования позитивного имиджа Программы «Рухани жаңғыру»	32
Заключение	37
Список литературы и источников	38
Список сокращений	38
Приложение	39

Введение

В современном мире ни одно государство не обходится без идеологии. Идеология имеет огромное влияние на политическую жизнь общества и государства. Она представляет собой своеобразный комплекс идейно-политических воззрений по вопросу обустройства жизни общества. Таким образом, в зависимости от доминирования определенной идеологии можно делать прогнозы касательно того, каким будет будущее в том или ином государстве.

Ключевым идеологическим документом в построении современного казахстанского общества с продвинутым мышлением стала Программа «Рухани жаңғыру» (далее – Программа), которая является сердцевинной политической и экономической модернизации Казахстана. Предложенная Елбасы Н.А. Назарбаевым в 2017 году, она стала основным связующим звеном в системе адаптации традиций казахского народа к новым условиям и вызовам трансформирующейся реальности.

Важнейшая задача современной повестки дня является качественное и системное проведение идеологической работы на всех уровнях. В основе данной работы лежит информационно-разъяснительная работа. Она планируется и проводится с учетом изучения общественного мнения и анализа общественно-политической ситуации в регионе. Главная задача – получить эффективный механизм обратной связи и иметь возможность сработать на опережение в выявлении и устранении проблем, волнующих население.

Методическое пособие подготовлено в помощь работникам сферы внутренней политики, в частности членам информационно-пропагандистского пула при местных исполнительных органах, работникам центральных государственных и местных исполнительных органов, средств массовой информации, региональных проектных офисов «Рухани жаңғыру» (далее – РПО), в организации работы по популяризации Программы «Рухани жаңғыру».

Пособие состоит из введения, трех разделов и заключения. Также прилагается список использованной литературы и перечень рекомендуемых источников для самостоятельного изучения. В данном пособии рассматриваются актуальные вопросы организации идеологической и разъяснительной работы по Программе «Рухани жаңғыру», опыт работы региональных проектных офисов «Рухани жаңғыру» по проведению разъяснительной работы в рамках Программы, а также даются рекомендации и технологии информационно-разъяснительной работы с населением по формированию позитивного имиджа «Рухани жаңғыру».

1. Актуальные вопросы организации идеологической и разъяснительной работы по Программе «Рухани жаңғыру»

Как любая программа национального уровня, Программа «Рухани жаңғыру» для успеха нуждается в том, чтобы как можно большее число граждан не только знали о ней, но и участвовали в ее реализации. Тем более, что основные спецпроекты Программы как раз требуют широкой общественной мобилизации.

С 2020 года системное развитие Программы «Рухани жаңғыру» обеспечивается тремя ее основными направлениями: «Личностное развитие», «Формирование единой нации», «Развитие государства, гражданского общества и местного сообщества».

В работу по модернизации общественного сознания вовлечены центральные и местные исполнительные органы, различные организации и активная часть казахстанского общества.

Пути имплементации программы находятся в информационно-идеологической плоскости. Во-первых, это информационно-коммуникационная сфера, сфера СМИ. Публикации мнений экспертов, обсуждения, дискуссии, разъясняющие материалы с использованием инфографики – важный канал информирования населения. Во-вторых, это система образования. Школьники и студенты не только получают информацию об основных положениях программы, но и являются активными участниками ее проектов. При этом акцент должен быть сделан на инновационных методах участия с обязательным практическим эффектом. В-третьих, это деятельность институтов гражданского общества. В-четвертых, это работа проектных офисов Программы, созданных в регионах.

Информационно-коммуникационная сфера, сфера СМИ. Информационно-коммуникационная сфера обеспечивается деятельностью Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан (далее – МИОР). Стратегической целью МИОР в данном направлении является объединение населения вокруг идеологии «Рухани жаңғыру» и обеспечение широкого вовлечения всех стейкхолдеров Программы.

Основные форматы проведения информационно-разъяснительной работы: вебинары для членов информационно-разъяснительного пула, видеоролики и видеосюжеты, инфографика, сборники материалов и рекомендаций. На постоянной основе проводится работа по научно-методическому обеспечению стейкхолдеров Программы в сфере проведения информационно-разъяснительной и имиджевой работы по популяризации и продвижению «Рухани жаңғыру». Для получения обратной связи от населения проводятся социологические исследования и опросы различной направленности.

Министерством на системной основе осуществляется координация информационно-разъяснительной работы в регионах. В целях информационного обеспечения в регионах утверждаются и реализуются региональные медиапланы, организуется работа информационно-разъяснительных групп, в составе которой представители различных сфер.

Министерством проводится усиленная информационная работа среди населения посредством социальных сетей. Так, информационно-имиджевое продвижение Программы «Рухани жаңғыру» осуществляется на основе освещения текущих мероприятий и проектов, посредством официального сайта программы «Ruh.kz», продвижением идей Программы в социальных сетях, деятельностью региональных проектных офисов, работы местных и центральных государственных органов, Единого республиканского медиа-плана, региональных видеороликов, производства и размещения видеороликов, аудиовизуальной и печатной продукции в эфире коммерческих теле-радиоканалов, печатных СМИ и интернет-изданий, информационного продвижения в рамках тематических линий по реализации государственного информационного заказа и стабильной работы в социальных сетях.

Например, за прошлый год в рамках реализации Программы в республиканских и региональных средствах массовой информации опубликовано 9365 материалов. В том числе в республиканских СМИ – 1942 (телеканалы – 924, печатные СМИ – 1018), в региональных СМИ – 3271 (телеканалы – 1107, печатные СМИ – 2164), интернет-ресурсах – 1325, в социальных медиа зафиксировано 2827 содержательных записей.¹

Система образования. Организации образования являются одним из важных звеньев не только по выполнению образовательных задач, повышению качества образования, но и по проведению идеологической и информационно-разъяснительной работы. Взаимодействуя с подрастающим и молодым поколением страны, педагоги транслируют ключевые сообщения «Рухани жаңғыру», информируют о Программе и ее спецпроектах, а также активно вовлекают в их реализацию.

В Казахстане на сегодняшний день насчитывается свыше 7 тысяч общеобразовательных школ и более 100 вузов, в которых работают свыше 300 тысяч педагогов. Это огромный потенциал в идеологической работе по привитию подрастающему и молодому поколению основополагающих ценностей, идей и принципов «Рухани жаңғыру», по формированию активной позиции молодежи.

В данном направлении в НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру» разработано Методическое пособие по проведению разъяснительной и идеологической работы для работников

1 Отчет о реализации Стратегического плана Министерства информации и общественно-го развития Республики Казахстан на 2020-2024 годы по итогам 2020 года

образовательной сферы, целью которого является повышение эффективности идеологической работы, проводимой работниками образовательной сферы, в контексте реализации и продвижения Программы «Рухани жаңғыру». В данном пособии рассматриваются такие вопросы, как формирование ценностных ориентиров у детей школьного возраста и интегрирование принципов Программы «Рухани жаңғыру» в поведенческие установки студенческой молодежи, а также современные методы воспитательной работы, основанные на принципах «Рухани жаңғыру».

Институты гражданского общества. Представители гражданского сектора активно привлекаются в состав информационно-разъяснительного пула, которые проводят различные встречи с населением, в трудовых коллективах, на различных общественных площадках. Наряду с традиционными форматами широко применяются и современные подходы к информированию граждан.

Для обеспечения открытости и привлечения широкого круга представителей гражданского общества был создан и проведено 12 заседаний дискуссионного клуба «Азаматтық алаң». Данная площадка объединяет представителей различных научных, творческих групп, экспертов, которые могут высказать и обосновать свои доводы по тем или иным актуальным темам современности.

Важным аспектом в работе дискуссионной площадки является применение интернет-коммуникаций: видео в формате «stories», опросы и голосования (в частности, в формировании тематики встреч), размещение информации в сторис-формате «вопрос-ответ», онлайн-заседания и дискуссии на платформе Zoom. Благодаря этим форматам «Азаматтық алаң» расширила свое присутствие в онлайн-пространстве и привлекает новую аудиторию для продвижения идей и ценностей «Рухани жаңғыру» в социальных сетях.

«Азаматтық алаң» является не только открытой площадкой для любых вопросов, предложений и критики, но и местом быстрого реагирования на возникающие проблемы в реализации Программы.

Еще одним важным аспектом в идеологической работе с привлечением представителей гражданского общества является формирование пула специальных послов Программы «Рухани жаңғыру» из числа лидеров общественного мнения. Подготовка пула специальных послов Программы «Рухани жаңғыру» начата в рамках проекта «Өзгерістердің саруарлары», где формируют ядро лидеров, действующих в различных направлениях, работающих с разными целевыми аудиториями и выступающими трансляторами идей и ценностей «Рухани жаңғыру» в различных сообществах.

В 2020 году в рамках проекта «Өзгерістердің саруарлары» был реализован Акселератор социальных проектов, в котором принимали участие

не просто состоявшиеся лидеры по направлениям и проектам Программы, задающие тренды и ориентиры духовной модернизации, но и новые лидеры, генерировавшие дополнительные усилия по активизации определенных категорий населения. По результатам программы акселерации 18 лидеров проектов получили сертификаты бренд-амбассадоров Программы «Рухани жаңғыру».

С текущего года данный опыт будет применен в регионах, где также будут создаваться условия для организации новых общественных площадок, выявления и подготовки новых лидеров, которые впоследствии могут стать специальными послами Программы.

Работа проектных офисов Программы, созданных в регионах. С 2017 года выстроена региональная сеть проектных офисов «Рухани жаңғыру», которые проводят системную работу по обеспечению информационной поддержки реализации Программы, осуществляют сопровождение и поддержку образовательных и воспитательных, социальных и культурных проектов, принимают участие в социологических исследованиях и мониторинге мероприятий, проводимых в регионе, проводят информационно-разъяснительную работу на местах. Опыт РПО в информационно-разъяснительной работе по Программе «Рухани жаңғыру» подробно описан в следующем разделе.

Вместе с тем, в организации идеологической и разъяснительной работы по Программе «Рухани жаңғыру» членам ИРП необходимо обратить внимание на следующие вопросы:

- недостаточный уровень информационно-разъяснительной работы в интернете;
- в проведении информационно-разъяснительной работы уделить акцент на целевую аудиторию;
- проведение мониторинга и экспертизы на материалы и информацию в интернет-пространстве;
- уделить внимание повышению качества подготовки идеологических кадров и актива, изучению, обобщению и распространению опыта идеологической, информационной, воспитательной работы, внедрению в практику работы эффективных форм деятельности и системы обучения идеологических кадров.

2. Опыт РПО по разъяснению основ Программы: проблемы и достижения

Значение информационно-разъяснительной работы в популяризации основ Программы «Рухани жаңғыру» среди населения достаточно весомо, в нее вовлечены не только государственные органы, но и представители

различных сфер. Ключевой задачей разъяснительной работы является доведение до граждан объективной информации о самой Программе и ее реализуемых специальных проектах. В этом направлении важнейшая роль отведена региональным проектным офисам «Рухани жаңғыру».

Сеть РПО охватывает весь Казахстан: офисы открыты в 14 областях и 3 городах республиканского значения. РПО проводят разъяснительную работу по реализации программных статей Елбасы Н.А. Назарбаева, ведут информационное сопровождение специальных проектов Программы и поддерживают постоянную связь с общественностью. Так как, РПО открывались в разные годы (с 2017 по 2019 годы)², их опыт информационно-разъяснительной работы по реализации Программы относительно небольшой, но несмотря на это в целом выстроена определенная модель проведения данной работы на местах.

Основная цель информационно-разъяснительной работы РПО – это информирование широких слоев населения о ключевых положениях Программы «Рухани жаңғыру», о ходе реализации специальных проектах в каждом конкретном регионе, а также увеличение охвата граждан, вовлеченных в реализацию Программы. Вся информационно-разъяснительная работа РПО выстраивается с учетом определения целевой аудитории, форматов подачи информации, актуальности контента и привлечения лидеров общественного мнения.

Одним из эффективных инструментов информационно-разъяснительной работы является организация работы со средствами массовой информации. РПО выстроено тесное взаимодействие со СМИ в рамках информационного сопровождения проводимых мероприятий. Ежегодно для организации информационно-разъяснительной работы по Программе «Рухани жаңғыру» каждым РПО утверждается тематический медиаплан.

Публикуемые аналитические статьи, интервью, комментарии готовятся с привлечением экспертов вузов, представителей научной интеллигенции, политологов, социологов, общественных деятелей, представителей гражданского общества и государственных структур. В среднем за год в региональных СМИ размещаются около 2000 материалов (на двух языках), на региональных телеканалах выходит около 100 различных видеосюжетов. В отдельных СМИ открываются тематические рубрики, посвященные основным положениям Программы «Рухани жаңғыру» и специальным проектам.

Например, в сети областных газет «Солтүстік Қазақстан» открыты рубрики «Бір әннің тарихы», «Туған жер», «Жеріңнің аты – еліңнің хаты», «Жаныңда жүр жақсы адам», «Туған жер – тұғырың», «Сакралды география», «Рухани жаңғыру». Рубрики публикуются с единым логотипом.

2 <https://kipd.kz/ru/regionalnye-proektnye-ofisy>

Так, на областном телеканале «Aqtóbe» были созданы специальные телепрограммы в новом формате: программа «Замана» поднимает актуальные вопросы общества; в программе «Наша история» широко раскрывается история края, священных мест и исторических памятников; программа «Великая личность» рассказывает о людях, которые внесли свой личный вклад в развитие региона и известны своим трудом в стране. Программа «Дитя страны» прославляет граждан, которые родились на этой земле и хотят принести пользу своему народу, а программа «Семейное процветание» рассказывает о нравственном воспитании образцовых семей. Программа «Жастар» рассказывает о возможностях и образе жизни современной молодежи, их взглядах на будущее, а в программе «Ключ к профессии» рассказывается о предпринимателях, которые добились карьерного роста и успеха благодаря трудолюбию и настойчивости.³

С учетом условий современного информационного пространства и роста влияния контента социальных сетей и мессенджеров увеличивается потребность в полноценном воздействии через современные каналы коммуникации. В социальных сетях Instagram и Facebook (реже в Telegram и VK) открыты официальные странички РПО, где публикуются посты с актуальной информацией о проводимых мероприятиях, с интересными фактами из истории родного края или жизни исторических персонажей, со сведениями о сакральных местах региона, с выдержками из книг, посланицами и наставлениями.

Также РПО размещают различные видеоролики на Youtube-канале, проводится работа с различными интернет-ресурсами, в частности «Ruh.kz», на которых регулярно публикуются тематические материалы, интервью и комментарии экспертов. В целом, при подготовке информационных материалов РПО делают акцент на современные информационные технологии, визуальное оформление постов, использование технологий социальной рекламы.

Для получения обратной связи от общественности РПО организованы информационные группы, которые проводят разъяснительную работу среди населения. В связи с пандемией COVID-19, большая часть из них проводится в онлайн-формате.

Для взаимодействия с гражданами организуются прямые эфиры через различные социальные сети и мобильные приложения. Проводятся анкетные опросы с целью выявления проблемных вопросов и предложений по улучшению сферы модернизации общественного сознания, и с учетом их результатов проводятся разъяснительные лекции, семинары-совещания и другие разъяснительные мероприятия.

³ Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» за 10 месяцев 2020 года

Интересным подходом в организации информационно-разъяснительной работы РПО является применение элементов визуализации: размещаются тематические баннеры, брендмауэры, различные информационные выставки и т.д.

Также важна образовательная составляющая в разъяснительной работе. Отмечается необходимость усиления разъяснения значимости специальных проектов через образовательные учреждения. В этом направлении показательным примером является РПО города Нур-Султан, на базе которого создан учебный центр «Рухани жаңғыру». В центре проводятся бесплатные лекции и семинары по трем направлениям и шести основным принципам Программы с привлечением популярных личностей и общественных деятелей. Также интересен опыт РПО Восточно-Казахстанской области, где основная часть контента в социальных сетях носит образовательный характер.

Вместе с тем, в организации информационно-разъяснительной работы РПО имеется ряд проблемных вопросов. Так, несмотря на проводимую работу и применяемые современные подходы продвижения, доля информированности населения остается ниже среднего. По результатам социологического опроса, проведенного в 2020 году НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру», лишь 13,5% опрошенных имеют наиболее полное представление о Программе «Рухани жаңғыру». 39,6% что-то слышали о Программе, а 46,9% респондентов никогда не слышали о Программе. Менее всего осведомлены: респонденты старше 60 лет (56,5% никогда не слышали), русские и представители других этнических групп (62,1% и 63,2% соответственно).

В организации информационно-разъяснительной работы РПО важно уделить внимание на следующее:

- в проведении информационно-разъяснительной работы следует уделить большее внимание разъяснительным мероприятиям в отдаленных районах региона;
- в проведении информационно-разъяснительной работы следует уделить большее внимание на охват полиэтнической аудитории;
- в проведении информационно-разъяснительной работы следует уделить большее внимание на форматы работы со старшей возрастной аудиторией;
- в проведении информационно-разъяснительной работы следует уделить большее внимание на информирование о четырех новых специальных проектах: «Құқықтық мәдениет», «Еңбек – елдің мұраты», «Дәстүр мен ғұрып» и «Үнем – қоғам қуаты»;
- в проведении информационно-разъяснительной работы следует уделить внимание на продвижение ценностей Программы «Рухани

жаңғыру» в массовом сознании путем проката на LED-экранах, на экранах в общественном транспорте, в местах массового скопления людей аудио/видео материалов, электронных заставок и др.;

- следует усилить системное взаимодействие РПО и НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру» по консультационной и методической работе.

Следует отметить, что в 2020 году НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру» были организованы образовательные онлайн-мероприятия по повышению профессиональной квалификации и компетенций сотрудников 17 РПО, направленных на повышение их личной эффективности в реализации Программы. Занятия были проведены дистанционно в формате вебинаров на платформе Zoom с трансляцией на YouTube канале. Обучение состояло из трех модулей «Базовые знания о Программе «Рухани жаңғыру», «Повышение компетенций сотрудников региональных проектных офисов» и «Развитие soft skills для продвижения Программы «Рухани жаңғыру».

В 2021 году НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру» продолжит работу по обучению работников идеологического блока в едином формате вебинаров в рамках 5 модулей по следующим темам: «Основные подходы к эффективной реализации Программы «Рухани жаңғыру», «Технологии работы с местными сообществами», «Методы изучения общественного мнения казахстанцев в контексте ценностей Программы «Рухани жаңғыру», «Семья и молодежь как институты модернизации общественного развития. Технологии работы с социумом» и «Особенности информационной работы в продвижении Программы «Рухани жаңғыру».

В целом, опыт РПО в проведении информационно-разъяснительной работы по популяризации и продвижению Программы «Рухани жаңғыру» достаточно практичен с упором на присутствие в интернет-пространстве и увеличение познавательного и обучающего контента, соответствующего принципам Программы.

3. Технологии информационно-разъяснительной работы с населением в сфере формирования позитивного имиджа Программы «Рухани жаңғыру»

В условиях резкой динамизации общественно-политических процессов, происходящих в последние годы в Казахстане, особенно острой становится потребность в развитии профессиональных компетенций лиц, ответственных за реализацию внутренней политики в государстве, наличие социально-политических знаний и всесторонней осведомленности о

позиции по реализации программных документов Елбасы Н.А. Назарбаева, ежегодным посланиям Президента, указам Правительства и Парламента республики. Многолетний опыт развитых стран подтверждает, что *своевременная информационно-разъяснительная работа* с населением (далее – ИРП) является, по сути, одним из наиболее эффективных качественных факторов стабилизации общественных отношений.

Сегодня можно наблюдать развитие двух тенденций. С одной стороны, существует усиливающаяся общественная потребность в разностороннем развитии личности, в ее активном включении в политику, в росте ее самосознания. Об этой тенденции свидетельствует рост активности и информированности людей о политике, в изменении массового политического поведения и сознания. С другой, очевидна и тормозящая тенденция, проявляющаяся в разных формах отчуждения человека от государства, его институтов, от принятия политических решений. Именно в борьбе этих двух обозначенных тенденций и происходит становление новых механизмов политического поведения и становления нового субъекта внутренней политики: человека активного, информированного, принимающего самостоятельные и ответственные решения ⁴.

Современный мир характеризуется безграничным влиянием ИРП на все жизненные реалии, и это обстоятельство требует взвешенной оценки со стороны научного сообщества, которое задает (или должно задавать) выверенную шкалу нравственных и этических ценностей, оказывает экономическое, политическое, идеологическое влияние на оценки и поведение людей. Столь мощное влияние ИРП способствует воспитанию человека нового типа мышления, основой которого является модернизация сознания.

При этом важно иметь в виду, что в обществе практически нет структур, включая и отдельного человека, которые были бы изолированы от внутренней политики, все они связаны с ней, хотя бы в форме пассивного взаимодействия, ответных реакций и т.п. Все это требует замены традиционной системы механизмов жесткого внешнего контроля внутриличностными регуляторами политического поведения, которые являются результатом политической социализации.

При проведении ИРП в сфере формирования позитивного имиджа Программы рекомендуем использовать следующие важнейшие ее технологии ⁵:

- 4 Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций//<http://www.yasu.am/files/10-1540795473-.pdf>
- 5 Разъяснительная и просветительская работа по информированию населения об уменьшении опасности бедствий: справочник// https://www.preventionweb.net/files/61592_publicawarenessddrguiderus.pdf

- проведение информационных кампаний (посредством онлайн платформ, порталов, офлайн мероприятий);
- активное обучение (проведение вебинаров РПО и вузов, ввиду продолжающихся карантинных мер пандемии COVID-19);
- неформальное образование (программы личностного роста для детей и подростков на базе Дворцов Школьников);
- вовлечение учащихся образовательных школ (школьные проекты в рамках Дорожной карты по переходу Программы «Рухани жаңғыру» на период национальной модернизации на 2021 год, наличие образовательного компонента «Рухани жаңғыру» в рамках уроков истории, литературы, познания мира).

Кроме того, следует придерживаться следующих принципов в работе:

Принцип 1: последовательность и стандартизация информационных сообщений;

Принцип 2: легитимность и авторитетность;

Принцип 3: масштабируемость;

Принцип 4: устойчивость.

Кроме того, желательно применять активно такие инструменты ИРР, как:

- публикации;
- учебные занятия, модули и презентации;
- интерактивное обучение;
- театральные и сценические искусства;
- игры и конкурсы;
- аудио и видеоматериалы;
- интернет-ресурсы;
- социальные СМИ;
- телекоммуникации;
- комбинирование различных инструментов.

При этом, важно учесть, что технологии целенаправленного формирования имиджа включают следующие этапы:

- 1) формулировка имиджевых целей (необходимо четко сформулировать послание, которое содержится в желаемом имидже);
- 2) анализ имиджевой аудитории (на этом этапе проводятся количественные и качественные исследования имиджевой аудитории);
- 3) прорисовка имиджевых характеристик (составляется список качеств, которые необходимо транслировать имиджевой аудитории);
- 4) соотнесение наличных и желаемых характеристик.

К техникам возвышения имиджа относятся:

- 1) присоединение к безусловным социальным ценностям, т.е. систему ценностей, разделяемым целевыми группами общественности;

- 2) усиление личной власти;
- 3) повышение физической силы руководителя;
- 4) повышение уверенности и внутренней энергии;
- 5) демонстрация заслуг, достижений, наград;
- 6) миссионерство – возложение на себя обязательств в решении актуальных социальных задач (благотворительность, спонсорство и т.п.);
- 7) присоединение к общепринятым авторитетам (контакты и демонстрация хороших, близких отношений с авторитетными людьми, организациями).

Подбор техник для каждой конкретной ситуации необходимо проводить индивидуально, так как все компоненты имиджа находятся во взаимосвязи и влияют друг на друга.

Важным моментом при создании имиджа является выбор каналов ИРР. Наиболее эффективно использование телевидения, так как оно дает возможность охватить наибольшую аудиторию. Однако важно также поддерживать имиджевую стратегию по другим каналам – в прессе, радио, и особенно в Интернете. Наличие противоречивой информации, поступающей по различным каналам ИРР, может привести к разрушению имиджа.

Выводы. Одним из важнейших механизмов воздействия на групповые процессы и межгрупповые отношения является стереотипизация. Стереотипы различных социальных групп используются в массовых коммуникациях, в результате существующие стереотипы усиливаются и начинают более активно использоваться людьми как в межгрупповом, так и в межличностном общении. Стереотипное представление этнических групп и подчеркивание национальности участников различных происшествий в сводках новостей может спровоцировать переход межличностного восприятия на межгрупповой уровень и этнические конфликты.

Политическая пропаганда в настоящее время осуществляется посредством ИРР, что значительно усиливает мощность ее воздействия. К направлениям политической пропаганды относятся политическая реклама, политические дебаты в специальных передачах и сюжеты новостей. С помощью ток-шоу формируется общественное мнение по различным актуальным социальным и политическим проблемам. Для распространения слухов в отношении кандидатов и других методов «черного PR» также используются массовые коммуникации ИРР.

К числу рекомендуемых способов ИРР, в первую очередь относится создание и наполнение контентом информационного портала Ruh.kz в сети Интернет. Адрес информационного портала либо ссылку на него целесообразно размещать для всеобщего сведения на официальном сайте МИО/ЦГО.

На сайте возможно размещение информации:

- органами государственной власти или органами местного самоуправления (в том числе о спецпроектах «Рухани жаңғыру»; о реализации Акселератора и Дорожной карты по переходу Программы «Рухани жаңғыру» на период национальной модернизации на 2021 год, бренд-амбассадоров Программы «Рухани жаңғыру» и прочее);

- мероприятиях, приуроченных к праздничным датам.

На информационном портале должна быть предусмотрена возможность обратной связи от граждан с целью получения отзывов и рекомендаций, касающихся реализации Программы «Рухани жаңғыру» на местном уровне.

Вся информация, размещаемая в информационной системе в открытом доступе, должна быть бесплатной. Большая часть информации, кроме того, должна быть общедоступной.

Вторым крупным направлением является распространение социальной рекламы, вирусных роликов.

Если в первом блоке предусматривается сбор и распространение информации в едином формате обо всех проектах Программы «Рухани жаңғыру», то второе направление задает возможности для представления информации о направлениях деятельности и проектах самих РПО в средствах массовой информации (телевидение, радио, соцсети и др.), а также размещения наружной социальной рекламы.

Возможен вариант, когда взаимодействие со СМИ осуществляется в рамках госзаказа. В этом случае также в составе мероприятий программы можно предусмотреть размещение информации о реализуемых спецпроектах «Рухани жаңғыру» в текущем году, со ссылкой на архив материалов Программы «Рухани жаңғыру» на портале и в открытом доступе.

Третье направление – оказание информационной поддержки конкретным проектам и мероприятиям, проводимым НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру», МИОР РК, МИО, РПО: помощь в привлечении СМИ для освещения событий, анонсировании мероприятия среди целевых аудиторий, при необходимости личном участии представителей органов власти в мероприятии, а также участников и победителей конкурса «100 новых лиц».

Если рассматривать ИРР органа государственной власти, в контексте взаимодействия со средствами массовой информации в сфере формирования позитивного имиджа Программы «Рухани жаңғыру», то весьма условно можно выделить три формы коммуникации – собственно информационную, имиджевую и «экстренную». Это деление мы производим по трем наиболее актуальным, на наш взгляд, целям информационной

политики органа местной исполнительной власти: цели обеспечения доступности информации о деятельности органа власти (текущая информационная работа), цели повышения доверия к органу власти со стороны населения (имиджевая работа) и цели противодействия негативной информации, которая попадает в информационную повестку дня с определенной долей периодичности («экстренная работа»). Безусловно, все три формы в конечном счете работают на имидж государственной власти, но по каждой форме отличительная специфика особенно проявляется в технологическом цикле ее реализации в реальной практике.

Таким образом, современность предъявляет достаточно серьезные требования к организации рутинной ИРР с населением в сфере формирования позитивного имиджа всех институтов, ответственных за реализацию Программы «Рухани жаңғыру», превращая одновременно эту деятельность в показатель эффективности деятельности тех или иных госструктур.

Эффективность ИРР находит свое отражение в общественном мнении благодаря тем проблемам, которые становятся актуальными в стратегической повестке дня, благодаря не только содержанию, но и форме подачи информационных материалов средствами массовой информации, формирующими информационное поле Программы.

Заключение

Эффективно выстроенная информационно-разъяснительная работа предоставляет возможность для четкой ориентации в информационном поле. На сегодняшний день выработана определенная система постоянной организации и проведения идеологической работы в сфере модернизации общественного сознания с привлечением различных институтов.

Следующим шагом в совершенствовании данной деятельности должна стать организация обучения и повышения компетенций в сфере проведения информационно-разъяснительной и имиджевой работы по популяризации и продвижению «Рухани жаңғыру» через ключевых стейкхолдеров Программы и организации образования.

Несомненно, Программа «Рухани жаңғыру» имеет потенциал стать основой для конструирования единого идеологического пространства, в контексте которого будет происходить формирование личностных и гражданственных качеств казахстанцев. И в данном направлении новые инициативы и подходы станут основными ориентирами, которые позволят прийти к конечной цели: идеология «Рухани жаңғыру» станет ключевым содержанием государственной повестки дня.

Список использованных источников и литературы

1. Отчет о реализации Стратегического плана Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан на 2020-2024 годы по итогам 2020 года// <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/documents/details/130703>
2. Интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/regionalnye-proektnye-ofisy>
3. Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» за 10 месяцев 2020 года
4. Актуальные вопросы массовой информации и политических коммуникаций// <http://www.yasu.am/files/10-1540795473-.pdf>
5. Разъяснительная и просветительская работа по информированию населения об уменьшении опасности бедствий: справочник// https://www.preventionweb.net/files/61592_publicawarenessddrguiderus.pdf

Список рекомендуемых источников и литературы

1. Технологические пакеты по 6 направлениям программы «Рухани жаңғыру» (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/tehnologicheskije-pakety-po-shesti-napravleniyam-programmy-ruhani-jangyru>)
2. Методическое пособие по проведению разъяснительной и идеологической работы для работников образовательной сферы
3. Методическое пособие по работе с агрессорами (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/metodicheskoe-posobie-po-rabote-s-agressoramj>)
4. Политические взгляды и ориентации населения старшего возраста 40+ (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/politicheskie-vzglyady-i-orientacii-naseleniya-starshego-vozrasta-40>)
5. Комплекс вебинаров для сотрудников РПО «Рухани жаңғыру», государственных органов, отвечающих за реализацию программы «Рухани жаңғыру» и различных категорий населения (интернет-ресурс: <https://kipd.kz/ru/videozapisi-vebinarov-po-programme-obucheniya-dlya-sotrudnikov-rpo-ruhani-jangyru-gosudarstvennyh-organov-otvchayushchih-za-realizaciju-programmy-ruhani-jangyru-i-razlichnyh-kategoriy-naseleniya>)
6. Практические материалы по разъяснению статьи Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева «Взгляд в будущее: модернизация общественного сознания» / Ильясова Г.Т. – Астана: Академия политического менеджмента партии «Нұр Отан», 2018. – 33 с.
7. Аналитический доклад по итогам реализации программы «Рухани жаңғыру» (за 2017, 2018, 9 мес. 2019 гг.)
8. Современный Казахстан: общественное мнение / отв. ред. Б.К.Султанов. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – 156 с.

Список сокращений

ИРП – информационно-разъяснительный пул

ИРР – информационно-разъяснительная работа

МИОР РК – Министерство информации и общественного развития Республики

Казахстан

МИО – местные исполнительные органы

НАО – некоммерческое акционерное общество

РПО – региональные проектные офисы

СМИ – средства массовой информации

ЦГО – центральные государственные органы

LED – light-emitting diode (светоизлучающий диод)

PR – public relations (связи с общественностью)

Приложение

Рекомендации по организации информационно-разъяснительной работы с целевыми группами.

Для повышения эффективности реализации Программы необходимо усиление ИРР. Такая мера представляется наиболее эффективной для разных категорий населения. В целом, взгляды городских и сельских жителей, мужчин и женщин близки, показатели практически аналогичны средним значениям по стране. В разрезе возрастных групп меры по проведению ИРР поддерживают все группы, наибольшее значение – среди респондентов старше 60 лет (73,2%). Каждый третий (34,7%) считает, что увеличение количества мероприятий в сельской местности будет способствовать дальнейшей популяризации и повышению эффективности Программы.

Несмотря на достаточно низкие показатели полной осведомленности о Программе «Рухани жаңғыру», показатели выше среди казахов (16,9%) и ниже среди русских (6,4%) и других этнических групп (5,8%). Так же осведомленность ниже и среди респондентов старше 60 лет.

Не представляется возможным абсолютно четко сегментировать ту или иную целевую группу, дистанцировать ее от других групп, а также применить формы работы, которые будут влиять только на поведение выбранной группы, не касаясь других. В то же время вполне возможно сформировать ориентиры для ИРР, которые базируются на результатах исследований и могут быть использованы в практической деятельности.

Такого рода ориентиры представлены в приводимой ниже таблице. Они помогают понять, на какую целевую группу окажет приоритетное влияние выбранный метод воздействия:

Целевые группы	Преобладающие характеристики целевых групп применительно к проблематике ПРЖ	Приоритетные методы работы применительно к характеристикам	Примечания
Молодежь (16-29 лет)	<ul style="list-style-type: none"> - Несформировавшееся мировоззрение. - Повышенный интерес к теме борьбы с несправедливостью; - присутствует сравнительно высокая доля симпатий к мифическим героям, персонажам из национального фольклора, художественных произведений, ба-тыров и героев из литературных и кинопроизведений. Молодежь полагает, что читатели и зрители в той или иной мере симпатизируют героям художественных произведений - Повышенная доля тех, кто в качестве регулярного источника получения информации назвал Интернет (44,7 %). 	<ul style="list-style-type: none"> - Подача темы через произведения кино и художественной литературы; Интернет-пространство 	Об участии в мероприятиях программы «Рухани жаңғыру» чаще всего говорили женщины (13,6%), молодежь (13,6%), респонденты 30-59 лет (13,1%), а также казахи (12,9%).
Поколение 30-59 лет	<ul style="list-style-type: none"> - Устоявшееся мировоззрение. - Акцентность на бытовых проблемах и карьерно-профессиональном росте - Пониженный интерес к тематике Программы. 	<ul style="list-style-type: none"> - Отечественное кино; - Вирусные ролики. 	Мягкая форма влияния (Nudge)
Старшее поколение (старше 60 лет)	<ul style="list-style-type: none"> - Устоявшееся мировоззрение. - Пониженный интерес к тематике Программы. 	Привлечение к работе в качестве агентов влияния.	В разрезе возрастных групп необходимость ИРР поддерживают все группы, наибольшее значение – среди респондентов старше 60 лет (73,2%).
Пользователи Интернета	44,7% опрошенных респондентов сообщают, что узнали о ПРЖ из интернет-источников, включая социальные сети.	SMM	Большинство опрошенных узнает о спецпроектах из традиционных источников информации: 56,0% отметили телевидение и радио.
Русские и представители других этнических групп	<ul style="list-style-type: none"> - Ощущение себя интегральной частью общества ввиду высокой этнической окраски Программы; - Миграционные настроения. 	<ul style="list-style-type: none"> - Обозначение значимости всех этнических групп; - Формирование интернационального контента. 	