

**ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ  
ҚҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ  
ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ  
МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

баяндап отыратын болған. Олар жастарды өздері ұстанған діни әдет-ғұрыптарға да баулып отырған. Осылай қазақта арнаулы оқу орындары жоқ кезде де өмірге қажетті дағдыларды игерту арқылы өз ұрпағын тәрбиелеп келген.

**Пайдаланылған әдебиеттер тізімі**

1. С.Кенжеахметұлы «Қазақтың салт-дәстүрлері мен әдет-ғұрыптары» / А., 1994
2. С.Ақаев «Табалдырықты баспаңыз», 2000
3. С.Ақаев «Қазақтың тыйым сөздері», 2001

УДК 659.4:502(574.21)

**РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФОРМИРОВАНИИ  
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА КОСТАНАЙ**

*Зайков А.С., 4 курс, журналистика, институт экономики и права, Костанайский региональный университет им. А.Байтұрсынова*

*Мустафина Б.С., старший преподаватель кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента, Костанайский региональный университет им. А.Байтұрсынова*

*Данная статья посвящена применению PR-технологий для изменения экологического поведения жителей города Костанай. В работе изложен подробный план действий для акимата города Костанай по улучшению экологической обстановки в городе и созданию положительного настроения у населения для понимания ценности окружающей среды.*

Проблема охраны окружающей среды, вопрос целесообразного использования ресурсов природы остаются насущными уже несколько десятков лет. И в последние годы становятся все более актуальными. Решение экологических проблем зависит не только от экологических организаций и правительств стран мира. Сегодня экологическое сознание населения так же играет одну из ключевых ролей в решении сложившейся экоситуации.

Мировой опыт показал: привлечение внимания населения к любой проблеме способно, во-первых, изменить установки в сознании людей, во-вторых, дать импульс к поиску и нахождению решений с нового ракурса. Этот же мировой опыт показывает, что первостепенное влияние на поведение людей оказывают профессионально выстроенные связи с общественностью.

Несмотря на высокий процент наносимого ущерба экологии от заводов, испытательных полигонов и прочих субъектов промышленности, при сильной гражданской позиции, высокой ответственности и активном участии жителей города в сохранении окружающей среды, на наш взгляд, ситуация пойдет на улучшение.

Вне зависимости от страны проживания, национальной принадлежности и религии, взгляды людей на принципы сохранения целостности окружающей среды разнятся. Экологическое сознание принимает разного рода определения, демонстрирующие неразрывность и борьбу противоположностей, где каждое утверждение может иметь право на существование. Возможность осознания целостности и единства природы и человека формирует определенное экологическое сознание.

С экологическими акциями, волонтерскими движениями в Казахстане, в целом, и в Костанайе, в частности, нет стагнации. Очень часто можно слышать в СМИ, среди людей о деятельности волонтеров, высадке деревьев, продвижении экологических акций, появлении

## **ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ КҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

новшеств для изменения экологической ситуации в лучшую сторону и т.д. Но если мы рассматриваем изменение экологического сознания, то человек должен не только слышать об этом, но жить в этой благоприятной обстановке. Ходить по городу и воспринимать экологические движения, как обыденность, а не разовую акцию.

В Костанайской области функционируют организации, молодежные объединения, занимающиеся разработкой проектов по защите окружающей среды. Среди них: ОО «Ожерелье зеленых практик». Организация занимается пропагандой «зеленой» экономики (устраивая различные встречи, семинары, где рассказывают о важности использования возобновляемых источников энергии), осуществлением государственных заказов, в числе которых: «Организация в Костанайской области мероприятий по пропаганде значимости международной специализированной выставки ЕХРО-2017», «Эко Парк Костанайской области» (в ходе которого, шло внедрение водосберегающих технологий, использования приборов для получения энергии из естественных источников).

Еще одной организацией является ТОО «Центр экологического проектирования и мониторинга», которое занимается работой по очистке окружающей среды по всему Казахстану, делая акцент на загрязняющие предприятия, в частности, в Костанайской области услуги оказывались АО «Соколовско-Сарбайский горно-обогатительный комбинат», ТОО «Борусан Макина Казахстан» и т.д.

ТОО «Эколайнспорт», ТОО «Экогеоцентр», Научно-производственный и информационный центр «Экология» занимаются оценкой влияния выбросов, отходов на окружающую среду, подготовкой отчетов, разработкой программ по нормам допустимого загрязнения, консультируют людей по интересующим вопросам в области экологии; ОО «Юные лидеры Костаная», Молодежное объединение «Жастар» также участвуют в улучшении экологии для жителей города.

Существует еще много благотворительных организаций, волонтерских движений, обычных жителей (которые не регистрируются, как организация), занимающихся улучшением экосистемы. Проблема в том, что уровень огласки их деятельности не является широко масштабным. Несмотря на периодическое освещение их деятельности средствами массовой информации, масштабность мероприятий – незначительная. Даже названия экологических организаций знает далеко не каждый житель города Костанай. Это можно объяснить несколькими причинами: имеют место разовые акции, а не полноценные PR-кампании; не прослеживается наличие структурированного плана проведения PR-акций; организации не заостряют должного внимания на продвижении идей сохранности природы в массы, ограничиваясь проведением волонтерской помощи; крайне редко можно встретить рекламу волонтерских движений на улицах города, тем более, экологической направленности. В связи с чем, мы предлагаем местным органам власти, а конкретно – акимату города Костанай, включить проведение экологических кампаний в повестку коммуникаций с населением.

Ввиду того, что никакая другая структура в стране не оказывает такого влияния и воздействия на сознание и настроение жителей, как само государство, вариант проведения масштабной экологической PR-кампании с целью формирования экологического сознания населения города Костанай, видится максимально продуктивной именно под руководством государственных структур. Так как руководство страны, помимо всего прочего, отвечает за проживание граждан Казахстана в благоприятных для жизни экологических условиях (согласно Конституции). Для органов власти, как и для предприятий, важно мнение людей об их деятельности. Они занимаются постоянным контролем обстановки в стране и стараются предотвращать волнения среди жителей.

## **ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ ҚҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

В то время как загрязняющие предприятия не окажут глобального влияния на людей. К тому же, любая организация будет преследовать свою первостепенную задачу – поддержание собственного имиджа, и изменения в умах общественности будут мало кого волновать. Деятельность предприятий ограничится лишь кратковременным демонстрацией очистки города.

В Казахстане добываются практически все элементы таблицы Менделеева, существует много загрязняющих предприятий. В случае ухудшения экологической ситуации в стране, люди обвинят государство и предприятия. Никто не подумает о своем «вкладе» в загрязнение. Ответственными, в первую очередь, станут должностные лица страны и областей, как в глазах общественности, так и на мировой арене. Что подчеркивает актуальность начала работ госструктурами по улучшению отношения жителей к поддержанию благоприятной окружающей среды.

За основу планирования PR-кампании под руководством акимата города Костанай возьмем систему RACE. Последовательность системы: исследование поведения жителей – координация действий – планирование дальнейших коммуникаций – подведение итогов. Все эти компоненты государственные организации исполняют на регулярной основе в мероприятиях других сфер и для них это не ново.

Начало планирования PR-кампании сопровождается сбором информации. С учетом полной осведомленности местной власти о загрязнениях в области, имеющимися отчетами от предприятий, вывести ключевые проблемные зоны для первоочередной огласки не представляется сложным. Перед государственными PR-службами стоит главная задача – изучить поведение жителей. Осуществить это максимально быстро можно, двумя путями:

1. Использование смартфонов наблюдается повсеместно, даже среди людей преклонного возраста. В связи с чем анализ аудитории продуктивнее всего провести в Интернет-пространстве. Интернет-анкетирование – самый быстрый способ изучить взгляды жителей на экологическую обстановку города. Начать можно со школьников старших классов и студентов. Через руководство школ, колледжей и университетов прислать обучающимся ссылку на анкету.

Ознакомиться с мнением жителей от 25 лет и выше представляется возможным через социальные сети. Наиболее используемой социальной сетью в Казахстане на 2021 год является «Инстаграм». А популярный новостной ресурс Костанайской области – газета «Костанайские новости», у которой есть страница в «Инстаграме» с аудиторией в 108 тыс. человек. Кооперирование с этой площадкой видится наиболее предпочтительной. Публикация поста, в котором будет отражена актуальность экологических проблем в области, с прикрепленной ссылкой на опрос и подача его, как «помощь властям лучше контролировать загрязнения окружающей среды», видится самым лучшим способом охватить как можно больше людей и изучить осведомленность и взгляды общественности. Важно попросить указать возраст в анкете для детального анализа взглядов людей. Также в социальных сетях можно проводить мониторинг комментариев жителей к новостям так или иначе отражающих экологический темы. Посредством чего лучше изучить реакцию аудитории на то или иное событие и, в целом, узнать, что волнует костанайцев.

2. Наблюдение за соблюдением чистоты в городе. Метод, на первый взгляд, крайний. Действительно, можно вложить больше средств в рекламу, собрать больше данных и не предпринимать других действий. Проблема заключается в том, что человек может считать себя «экологически культурным» и проходить анкету, заявляя, что «никто не мусорит, это все из-за предприятий и выхлопных газов автомобилей». Но объективная картина реальных действий костанайцев покажет соответствие «людей за экраном телефона/компьютера» и

## **ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ КҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

«людей в жизни». Если в интернет-анкете, мы узнаем взгляды людей об экологической ситуации в городе, то путем наблюдения за ними, мы узнаем их реальные действия и поведение.

Период наблюдения составит 3 дня: возьмем один будний день и выходные (в субботу и воскресенье люди в большей степени выходят на прогулку). Для надзора нужно привлечь около 15 человек. Направить их следует в места максимального скопления людей: окрестности торгово-развлекательных центров и супермаркетов, базары. Предстоит выяснить у мусоросортировочных организаций места образованных свалок в городе в последнее время и провести мониторинг этой местности. Желательно в роли наблюдателей подключить волонтеров, потому что эти люди заинтересованы в улучшении жизни населения и будут добросовестно относиться к поставленной задаче. Опирируя исследованием поведения жителей, волонтеры расскажут о ситуациях в разных частях города работникам PR-службы для дальнейшего учета и необходимости проведения тех или иных PR-мероприятий и акций в конкретной части города.

После анализа всех анкет и поведения жителей города пишется отчет об отношении костанайцев к экологическим вопросам и экологической культуре населения. Теперь перед акиматом города Костанай стоит задача составления программы PR-мероприятий, которые привлекут внимание жителей города и окажут воздействие на их экологическое сознание.

Мы разработали предложения по усовершенствованию подачи экологической повестки для жителей города Костанай. Предложения выдвинуты на основе следующих PR-инструментов: взаимодействие со СМИ, корпоративная идентичность, SMM-деятельность, специальные мероприятия.

Взаимодействие со СМИ. Привлечение средств массовой информации является незаменимой частью нашей PR-кампании. Первый этап работы будет произведен на стадии исследования аудитории, о чем писалось ранее. Второй этап заключается в предоставлении СМИ периода планируемых мероприятий, информации о PR-акциях. Предстоит договориться со всеми новостными газетами и телеканалами города Костанай для дальнейшего освещения PR-кампании.

Корпоративная идентичность. Как часто мы встречаем людей в городе с символикой экологической организации или лозунгом, гласящим об экологической приверженности человека? Последним заметным явлением был выпуск футболок, приуроченный к «ЭКСПО-2017». Как уже отмечалось ранее, нужно создать атмосферу постоянного пребывания жителей в экологической обстановке, а не демонстрировать разовую акцию. В связи с чем, предлагается выпуск футболок, кофт, худи с нашивкой экологического лозунга. Фраза должна быть короткой и запоминающейся. Лозунг: «Зеленый Костанай – наше будущее» гармоничен и должен устроить все возрастные группы населения. С учетом отсутствия подобных футболок в городе, это позволит создавать экологическую причастность жителей к поддержанию чистоты в Костанайе и реализовать цель PR-кампании.

Воплощение идеи корпоративной идентичности будет самым финансово затратным в PR-кампании: предстоит найти дизайнера, договориться с компанией по производству одежды, торговыми точками города Костанай. Так как акимат города Костанай не относится к коммерческим организациям, вырученные средства пойдут на финансирование экологических проектов и научных разработок казахстанских ученых и студентов.

SMM-деятельность. Предлагается создание собственной страницы в «Инстаграм», которую будут вести группа сотрудников PR-службы с целью не только афиширования PR-акций и мероприятий, но и агитации экологических принципов для формирования экологического сознания населения города. Так как наша PR-кампания – не одномоментная, первые этапы работы со страницей направлены на увеличение аудитории для дальнейшего проведе-

## **ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ ҚҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

ния мероприятий и принятия мер по улучшению экологической культуры жителей города Костанай. Функционал «Инстаграма» предусматривает изучение аудитории, посредством имеющейся статистики, и это поможет оценивать успешность опубликованных материалов и проведенных акций.

Для обнародования страницы, безусловно, придется вкладывать средства в рекламу. С ней необходимо экспериментировать, и единовременным инвестированием деятельность не ограничится. Процесс набора подписчиков долог и не всегда предсказуем.

Так как нам нужна аудитория исключительно местных жителей (и предусматриваем подписчиков – жителей других регионов страны), продуктивнее всего обращаться к местным СМИ, блогерам, организациям.

Предстоит провести переговоры с руководством крупнейших СМИ Костанайской области: «Костанайские новости» и «Наша Газета». Идеальный вариант – реклама на странице «Инстаграм» данных СМИ, но информационные службы не всегда приветствуют ассоциирование себя с другими организациями, так что наиболее вероятным вариантом будет заказ рекламы на сайтах указанных газет. Рекламный текст должен содержать информацию о контенте страницы. Он включает: освещение PR-акций по поддержанию чистоты в городе; информирование о внедрении новых технологий и приборов для улучшения экосреды в городе; информацию об изменениях состояния экологии в Костанайской области, доступным для понимания языком (у акимата есть доступ к статистике и реализовать это возможно).

Реклама на сайтах газет располагается по бокам в виде картинок. Чтобы аудитория обратила внимание на нее, предлагается сделать фото одного из волонтеров, одетого, в футболку с лозунгом «Зеленый Костанай – наше будущее». Рядом с фото в краткой форме представить суть страницы и заметным шрифтом и цветом обозначить название страницы «Инстаграм».

Помимо рекламы на сайтах газет, можно заняться поиском блогеров, экологических активистов в Костанаяе. О деятельности таковых можно поинтересоваться у волонтеров. В случае их отсутствия, существует много страниц в «Инстаграме», которые ведут блоги о приютах и бездомных животных Костаная. Подписчики данных страниц отличаются своей активностью и могут подписаться на нашу страницу.

Для раскрутки страницы «Инстаграм» используется метод розыгрышей. В нашем случае, для поддержания интереса аудитории, притока новых подписчиков и распространения идей сохранности окружающей среды лучше всего разыгрывать предложенные футболки, худи и т.п. Главное условие конкурса – поделиться постом в сторис. Если репосты не будут привлекать большого количества новых подписчиков, все равно много людей узнает об «экологической одежде» в Костанаяе и это может влиять на их экологическое настроение.

Специальные мероприятия обычно включают проведение круглых столов, конференций для обсуждения вопросов, но это неинтересно массовой аудитории. До начала пандемии коронавируса в Костанаяе большую популярность набирали stand-up выступления местных комиков в барах и ресторанах Костаная. После снятия всех ограничений по «COVID-19», предлагается устроить мероприятие на сцене, которую устанавливают позади ТРЦ «Март» – в выходные здесь наблюдается наибольшее скопление людей, особенно это будет наблюдаться, после снятия ограничений. Привлеченные комики будут поднимать экологические вопросы и проблемы в юмористическом стиле. Необходимо выбрать ведущего, который в перерывах между выступлениями будет приводить положительную (или негативную) динамику экологической обстановки в области (стране), параллельно ведя диалог со зрителями. Мероприятие должно привлечь людей своей открытостью, также, с учетом «дефицита» мероприятий за последние полтора года.



## **ЖАҢА БУЫН ЖАС МАМАНДАРДЫҢ КҰНДЫЛЫҚТАРЫ МЕН МҰРАТТАРЫ ЦЕННОСТИ И ИДЕАЛЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ**

---

Для создания еще большего резонанса можно включить в выступление еще один PR-ход. Так как данная PR-кампания не проводится с целью заработка, а преследует идею формирования экологического сознания города, предлагается периодическое распространение «экологической одежды» – раз в 2 месяца раздавать по 100 футболок с экологическими лозунгами. Лучше всего проводить данное мероприятие в окрестностях города, где были выявлены наибольшие скопления отходов.

После проведения экологической PR-кампании, PR-службе акимата города Костанай предстоит оценить отношение людей к мероприятиям, написать рекомендации для дальнейшего усовершенствования экологического PR. Изучение изменения динамики загрязнений в городе позволит показать успешность или провал проведенной PR-кампании.

Экологические PR за несколько десятков лет стали неотъемлемой частью стратегического функционала государств, компаний по изменению отношения людей, как к самим организациям, так и к окружающей среде. В настоящее время можно наблюдать, как вопросы экологии находят свое место во многих областях политики, бизнеса и коммуникаций. Ключевым фактором продвижения экологических идей и улучшения состояния биосферы является искоренение из рядов политических деятелей и связей с общественностью людей и «активистов», которые демонстрируют привязанность к решению экологических проблем лишь для вида и узнаваемости.

УДК 93/94

### **К.А. САҒАДИЕВТИҢ ӨМІРІ МЕН ҚЫЗМЕТІ (80 ЖЫЛДЫҚ МЕРЕЙТОЙЫНА ОРАЙ)**

*Кабылдина Г.Е., 4 курс, тарих мамандығы, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай өңірлік университеті*

*Наурызбаева Э.К., педагогикалық институт, Қазақстан тарихы кафедрасының тарих ғылымдарының кандидаты, профессор, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай өңірлік университеті*

*Берілген мақалада Қазақстанның экономикасының, мәдениетінің, ғылымының, ағартуының дамуына, өркендеуіне зор үлес қосқан экономист ғалым К.Сағадиевтің ғылыми зерттеу шығармашылығын жан-жақты қарастыруға арналған. Сонымен қатар, қоғам қайраткерінің ғалым, экономист ретіндегі қалыптасуы, осы жолдағы ізденістері сараланды. Ғылыми айналымға естеліктердің, К.Сағадиевтің еңбектері мен ол туралы мерзімдік басылымдарда, әр түрлі әдебиеттерде жарық көрген материалдардың негізінде өмірі мен балалық шағы объективті зерттеліп, мәліметтер беріліп отыр.*

Кенжеғали Әбенұлы Сағадиев – ғылым саңлағы, жоғары мектеп пен ғылымның көрнекті ұйымдастырушысы, ұлағатты ұстаз, Қазақстан Республикасының белгілі мемлекет және қоғам қайраткері 1938 жылы 18 ақпанда Қостанай облысының Жангелді ауданының Ақкөл ауылында туған [1,16].

Оның балалық шағы соғыс пен жаппай күйреу аясында өтті, ол өзінің барлық құрдастары сияқты ерте есейіп, оқу-білімге талпыныс жасап, бұл оның кейін өмірінің өзегіне айналды. 1955 жылы Семиозерный (қазіргі Әуликөл) ауданындағы Семиозерный қазақ орта мектебін бітірді. Кенжеғали Әбенұлы Сағадиевтің өзінің балалық шағынан айтқан естілігіне тоқталып өтсек: «Дала баласы тез есейеді, бес жасар шамасында болуым керек, Жыланшық,