

№14 тақырып. Менеджмент пен этика, саясат және құқық мәселелері

Менеджмент және этика. Менеджмент және заң. Менеджменттің жауапкершілік түрлері: заң, әлеуметтік, моральдық.

Кейде тәжірибеде «этика» және «мораль» терминдерін балама сөз ретінде қарастырамыз. Шын мәнінде бұл мәні мен мағынасын айыру қажет терминдер. Этика ұғымын екі сипатта қарастыруға болады. Біріншісі, этика – бұл теория, адам қызметіне байланысты ғылыми пән әрі нәтижесінде адамдар дұрыс не дұрыс емес, жақсы не жаман деген ұйымдарды айыра алады. Бірақ этика нақты бір кәсіби топ ұстанатын нормалар мен құндылықтардың жиынтығы болып табылады. Мысалы, жарнама маманы, жылжымайтын мүлік агенті не болмаса дәрігер әдебі жайлы айтуға болады. Мораль деп жазылған не жазылмаған ережелердің жинағы деуге болады. Мораль өмірдің бізге ұсынып отырған құндылықтары мен нормалары деуге болады. Осы құндылықтар этика деп аталтын пән аясында зерттеліп, қалыптасады. Сондықтан қоғаммен байланыстың этикасы жайлы айтқанда негізгі нормалар мен құндылықтарды ұсынуға болатындығын ескеру қажет. Осы нормалар мен құндылықтар бір-бірімен өте тығыз байланысты. Егер компанияға кімде кім кеңес берсе, онда ең бастысы неге ұмтылу қажеттігін, яғни қоғаммен байланыс екендігін білеміз. Мұндай тәсіл сіздің байланысыңызда ненің жақсы жамандығы, неге мүдделі екендігіңіз сияқты моральдық мәселелерді айналып өтпесі кәміл. Қоғаммен байланыстың моральдық негізі PR-тәжірибесінің нормалары мен құндылықтары болып саналады. Этикет термині өте жиі этика сөзімен қосарланып келеді. Этикет – адамдардың қарым-қатынасында сыпайылықты білдіретін термин.

Соңғы жылдары әдеп құндылықтары мен нормалары дағдарысқа тап болды деген сындар көп айтылуда. Адамдар сан ғасырлық әдеп ережелеріне көңіл бөлуден қалды, азаматтық мораль жүйесі бұзылуда, адамдар бір-біріне көңіл бөлмейді, олар гедонизм мен эгоизмді жоғары қояды және тағысын тағы сындар легі таусылмайды.

Аталмыш проблемалар күнделікті пайдаланып жүрген мораль, әдеп ережелерінің еркін де тұрақсыз дамуынан туындауда. Кейде осы даму үрдісі арасында үлкен кемшіліктер не болмаса өте парадоксалды жылдамдық байқалады. Бизнестегі мораль нормаларының викториандық үлгісі баяу дамығанымен бірінші дүниежүзілік соғыстан кейін дағдарысқа тап болды.

Әдеп мәселелерінің сайлау жүйесіндегі рөлі ерекше. ХХІ ғасыр ақпараттық технологиялардың ғасыры. Өркениет дамуында ақпараттың адам әркетінің барлық саласына араласуы, басқаруы заңды құбылыс болып отыр. Саясатта жаңа ақпараттық тәсілдердің даму қажеттілігі туды. Сондықтан саясаттағы билік пен бедел үшін тайталаста ақпараттық принциптерге негізделген коммуникациялық сайлау технологиялары саяси ақпарат әлеміне белсене енді. Саясатты басқару мен саяси мақсаттарға жету үрдістерінде бүгінгі күні менеджерлік, маркетингтік және жарнамалық тәсілдер кеңінен қолданылуда. Сайлау кезіндегі кандидаттың имиджі, сайлауалдылық

жарнама науқандарының мазмұны сияқты факторлардың ықпалы күннен-күнге артып келеді.

Коммуникациялық саяси технологияларды зерттеушілер шартты түрде беске бөледі (шартты дейтіміз бұл салалар өзара тығыз байланыста болатын саяси процестер): сайлау маркетингі; паблик рилейшнз, яғни қоғаммен байланысты ұйымдастыру; үгіт-насихат; маяси жарнама; ақпарат тарату арналары – БАҚ, насихат, жарнама және т.б. Коммуникативті сайлау технологияларының үгіт-насихат, саяси жарнама түрлері жаңа мазмұнға ие болуда. Дегенмен осы тәсілдердің бастапқы нышандары көне дәуірде жеңіске жетудің әдістері ретінде қолданылғаны мәлім.

Саяси коммуникативтік технологиялардың тәсілдері, жүйелері, БАҚ-пен қарым-қатынасы соңғы өткен ҚР Парламенті Мәжілісіне депутаттар сайлауында өте кеңінен қолданылды деуге болады. Қазақстанның қоғамдық өміріндегі ірі оқиғалардың бірі Президент және Парламент сайлауы екені даусыз. Осы орайда қазақстандық масс-медиа сайлау қарсаңында қоғамның саяси өміріндегі маңызды оқиға барысында өз үндерін, өз көзқарастарын айқындайтын материалдарды, соның ішінде саяси әдеп мәселелері жайлы үзбей жариялап отырды.