

УДК 11.25.91

ӘЛЕМДІК АРЕНАДА ҚАЗАҚСТАННЫҢ ОҢ ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Мирасбек Бибігүл Сейтекқызы

bb.gul@list.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университетінің Халықаралық қатынастар
факультетінің «Халықаралық қатынастар» мамандығының магистранты,

Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Л. Төлешова

Жаһанданудың, ақпараттандырудың және бұқаралық коммуникацияның қазіргі дәуірінде көптеген мемлекеттер елдің оң бейнесі оның ұлттық мүдделерін қорғаудың, ішкі шоғырландырудың, ұлттық мақтаншты күшейтудің, сыртқы инвестицияларды тартудың маңызды құралы екенін түсіне отырып, ел ішінде және әлемдік аренада оң имиджді мақсатты түрде құрумен, дамытумен, шоғырландырумен және ілгерілетумен айналысады. Елдің имиджі ең тиімді әлеуметтік-мәдени және психологиялық реттеушілердің бірі болып табылады, ол әлеуметтік ресурс ретінде тиімді пайдалану үшін осы құбылыстың көріну процестерін терең теориялық түсіну және зерттеу қажеттілігі туралы мәселені одан әрі жандандырады.

Қазіргі жағдайда Қазақстанның және оның көшбасшысының тартымды бейнелерін қалыптастыру мен пайдалануды елдің халықаралық аренадағы жетістігінің маңызды факторларының қатарына жатқызуға болады. Мемлекеттің әлеуметтік-саяси өмірдің негізгі салаларындағы нақты жетістіктерімен нығайтылған мұндай бейнелер елдің беделін және оның әлемдегі саяси көшбасшысының ықпалын мойындаудың қажетті шарты болып табылады. Алайда, мемлекеттің, саяси көшбасшылардың ішкі және сыртқы саяси бейнелерін (немесе имиджін) жақсарту теориясы мен практикасы мәселелерімен айналысатын саяси стратег мамандардың тұжырымдамалық әзірлемелері мен консультациялық қызметтері негізінде құрылатын тиісті ақпараттық технологиялар мен тетіктер болмаса, бұл міндетті шешу қиын болып көрінеді.

Бұл міндеттің өзектілігі қазіргі заманғы ақпараттық дәуірде заманауи мемлекет пен оның көшбасшысының халықаралық имиджін жақсартудың ақпараттық тетіктерін талдаудағы, мемлекеттің ішкі даму игілігі үшін табысты сыртқы саясат жүргізуі және сыртқы саясаттағы тартымды имиджді бекіту үшін қолайлы ақпараттық орта қалыптастыруды қамтамасыз ететін сыртқы саяси имидждік науқандарды құрудың қағидаттары мен тұжырымдамалық негіздерін теориялық дамытудағы қажеттіліктің күрт артуымен айқындалады.

Бүгінде әлемдік саясатта түбегейлі өзгерістер болып жатыр және халықаралық қатынастардың қазіргі заманғы жүйесі әлемде жаңа тәртіпті қалыптастырады. Құрамына Қазақстан кіретін елдердің тұтас тобы күрделі нарықтық-демократиялық реформаларды және қоғамның жүйелі қайта құрылуын жүзеге асырады. Бұл мемлекеттердің әлемдік қоғамдастыққа (ең алдымен — әлемдік экономикаға, халықаралық еңбек бөлінісіне) қаншалықты табысты қосылуына, өздерін және өздерінің табыстарын қаншалықты тиімді ұсына алатынына олардың одан әрі дамуы тікелей байланысты. Ол қазірдің өзінде экономикалық интеграцияға, инвестицияларға, әлеуметтік және ғылыми-гуманитарлық ынтымақтастыққа қатысуға, жаңа қауіптер мен сын-тегеуріндермен бірлескен күреске сүйенеді. Егер мемлекет қандай да бір себептермен өзінің имиджіне тиісті түрде қамқорлық жасай алмаса, онда ол жаһандану процестерінің шетінде болады, өзара тиімді ынтымақтастық пен халықаралық интеграцияның перспективаларын өз халқының мүддесі үшін пайдалану мүмкіндігінен айырылады. Дамыған елдерге келетін болсақ, олар әлемде өз ықпалын бекіту, басқа елдер мен өңірлерде өз мүдделерін ілгерілету үшін ішкі және сыртқы саяси имидждерді құру және оңтайландыру тетіктерін бұрыннан және кеңінен қолданып келеді [1].

Қазіргі өзара байланысты әлемде өз елін халықаралық аренада білдіретін мемлекеттік көшбасшы имиджінің сыртқы саяси құрамдас бөлігі барған сайын маңызды бола түсуде. Халықаралық құқық талаптарына, халықаралық ұйымдар қорғайтын құндылықтарға сәйкес келуге тырысып, мемлекеттік көшбасшылар қандай да бір жолмен демократия мен прогресс идеяларын сіңіреді және өз елдерінде олардың жолсерігі болады.

Әлемдік шаруашылық және саяси қатынастарға кіру үшін ақпараттық қолдауды қамтамасыз етуді қажет ететін Қазақстан үшін елдің және оның көшбасшысының халықаралық аренадағы оң имиджін қалыптастыру міндеті ерекше маңызды. Сонымен қатар, осы мәселені шешу кезінде Қазақстан бетпе-бет келіп отырған проблемалар айтарлықтай ауқымды. Бұл, ең алдымен, тұжырымдамалық, оның ішінде Қазақстанның имидждік бейнесінің мазмұнын айқындайтын ресми құжаттар түріндегі негіздің болмауы. Қазіргі уақытта сыртқы саяси ақпараттық-насихаттық ықпал етудің жаңа әдістері мен тетіктерін іздестіру, елдің халықаралық келбетін оңтайландырудың жаңа нысандарын іздестіру қажеттілігі туындады.

Шетелдіктердің Қазақстан туралы не ойлайтынын және біздің еліміз туралы пікірін қалай қалыптастыратынын білу мақсатында әлеуметтік сауалнама жүргізілді. Респонденттер отандық зерттеушілер жүргізген сауалнамаға ықыласпен қатысты және АҚШ, Жапония, Қытай, Аустралия, Франция, Ұлыбритания, Латвия және басқа да бірқатар Еуропа елдерінен 380-ге жуық жауап алынды. Олардың пікірін Қазақстандықтардың пікірімен салыстыру үшін 150 отандасымызға бірқатар сұрақтар қойылды.

Шетелдік азаматтардың көпшілігі, яғни 21%-ы Қазақстан туралы ғаламтор арқылы білетіні анықталды және 18%-ы таныстары мен достарының пікірі мен тәжірибесіне сенеді. 17%-ы газеттерден, 14%-ы журналдардан, 14%-ы теледидардан, 8%-ы радиодан ақпарат алады, ал тек 2%-ы біздің елімізді жеке тәжірибеге сүйене отырып бағалай алады. Шет елдерде қазақ авторларының кітаптарын немесе Қазақстан туралы жазылған кітаптардан еліміз туралы білетіндерін респонденттердің 6%-ы айтыпты [2].

Сауалнамаға қатысқан шетелдіктердің 22%-ы Қазақстанның экономикасына, 18%-ы мәдениетке және 15%-ы ғана саясатқа қызығушылық танытады. Респонденттердің 15%-ы қоғам өміріне, 10%-ы қаржыға, 11%-ы білім деңгейіне қызығушылық танытады. Ең аз қызығушылық демократияға – 5% және дінге – 3% танытқан жауаптар болды [2].

Респонденттердің 74%-ы мемлекетімізге келгенге дейін өздеріне белгілі Қазақстан туралы ақпарат ішінара шындыққа сәйкес келді деп жауап берді және тек 16%-ы шынайы ақпарат алды деп жауап берді. Өкінішке орай, респонденттердің 5%-ы қатты бұрмаланған ақпарат алған, ал 5%-ға дейінгілердің ақпараты шындыққа сәйкес келмейді екен. Шетел азаматтары Қазақстанның экономикасы (40%) және саясаты (35%) туралы ақпаратты жиі кездестіретіндерін атап өтті. Зерттеуге қатысушылардың 15%-ы мәдениет туралы, ал 10%-ы біздің еліміздің қоғамы туралы хабардар екені белгілі болды.

Сауалнама жүргізушілер шетелдік азаматтардың пікірінше, Қазақстанның халықаралық беделін жақсарту жөніндегі жұмысты неден бастау керектігін анықтауға тырысты. Респонденттердің 20%-ы инвестициялық заңнаманың жақсаруы елдің имиджіне қатты әсер етуі мүмкін деген пікір білдірді және 18%-ы туризмді дамыту керек деп айтты. Сондай-ақ, респонденттердің 16%-ы халықаралық конференцияларды, форумдарды, саммиттерді, көрмелерді белсенді өткізу елдің беделіне жағымды әсер етеді және оны қатысушыларға таныс етеді және олар арқылы оң пікір одан әрі таралады деп санайды. Шетелдіктердің бірдей саны дамыған инфрақұрылым: жақсы жолдар, көлік, қонақ үйлер, коммуникациялар және тағы басқалар әлемдік стандарттарға жеткізілуі керек деп санайды. Шетелде Қазақстан туралы конференцияларды өткізуді 15%, әлемнің басқа елдеріндегі Қазақстанның мәдениет күндерін – 8% қолдады, сұралғандардың 7%-ы халықаралық жарыстарда спорттық жетістіктерді жақсартуы жайлы айтты. Олардың пікірінше, бұл өзін танытудың тиімді тәсілдері болып табылады [2].

Қазақстанның имиджі қай жерде – ел ішінде немесе одан тыс жерлерде қалыптасады деген сұраққа көбісі екеуінде де деп жауап берді. Бірақ сауалнамаға қатысушылардың

көпшілігі – 2/3, Қазақстанда деп жауап берді, ал 29%-ы оның шегінен тыс жерде қалыптасады деп санайды. Респонденттердің 41%-ның пікірі бойынша, саясаткерлер елдің негізгі имиджмейкерлері болып табылады, екінші орында бизнесмендер – жауаптардың 32%-ын иемденді. Сондай-ақ, елдің бет-бейнесі қарапайым азаматтар болып табылады деген жауаптардың 14%-ы, 8%-ы интеллигенция деп ойлайды және 5%-ы қоғамның жоғарыда аталған барлық мүшелері елдің имиджіне бірдей әсер етеді деп келіседі екен. «Егер халықаралық заң стандарттарын, сондай-ақ шекарада Дүниежүзілік Сауда Ұйымы стандарттарын ұстанатын болса, Қазақстан туралы пікір жақсаруы мүмкін», – деп респонденттердің бірі толықтырды. Бұл сұрақты жергілікті тұрғындарға қою арқылы өте ұқсас нәтижелерге қол жеткізілді. Барлығы бірауыздан Қазақстанда имидж бірінші кезекте қалыптасады, саясаткерлер мен бизнесмендер ел беделін қалыптастырады деп жауап берді.

Жалпы, сауалнамаға қатысқан барлық шетелдіктер экономикалық дамудың жоғары қарқынын және Қазақстанның жақсартылған имиджін атап өтті, бірақ олар жағдайды объективті бағалап, оған біздің елге барғаннан кейін ғана көз жеткізе алыпты. Басқа елдердің тұрғындары біз туралы Интернет арқылы білетін болады, және олардың Қазақстан туралы түсінігі қалыптасқан ақпарат тек 1/3-ке ғана рас деп санау қате емес.

Қазақстанның бейнесі шетелде елдің имиджін оңтайландыру бойынша мақсатты, дәйекті және жүйелі жұмыс қажет болатын бәсекелестік ортада қалыптасады. Мұндай жұмыс мемлекеттің сыртқы саяси қызметін ақпараттық қамтамасыз етудің маңызды ажырамас бөлігі ретінде қарастырылуы керек. Бұл саланы елемеуге болмайды, өйткені оның артта қалуы халықаралық аренада айтарлықтай шығындарға әкелуі мүмкін. Мемлекеттің теріс имиджі әлемдік экономикаға кіруді объективті түрде тежейді, өйткені ол жаңа өндірістер құру үшін шетелдік инвестициялар ағынын, әлемдік және өңірлік нарықтарға шығуды және т.б. бөгейді

[3].

Қазақстан Республикасының сыртқы саясаты, оның ішінде өз имиджін оңтайландыру бағытындағы саясаты елдің нақты жетістіктеріне, оның бай тарихы мен мәдениетіне негізделуге тиіс екені сөзсіз. Алайда, ақпараттық дәуірде Қазақстан әлемдік қоғамдастықтың назарын демократиялық, бейбітсүйгіш, болашаққа ұмтылған мемлекет сияқты өзінің имиджінің сипаттамаларына аудару үшін қосымша күш-жігер жұмсауы қажет. Тек осы жағдайда ғана мемлекет дамудың кейбір әлсіз жақтары немесе кемшіліктері болса да, әлемдік аренада күшті позицияны қамтамасыз ете алады. Бұл үшін сыртқы саяси коммуникацияларды ізгілендіру мен демократияландыру үрдісін, шетелдік элита, БАҚ және жұртшылық арасындағы мінез-құлық пен қарым-қатынас нормалары мен стандарттарын ескере отырып, ғылыми әзірлемелер мен осы саладағы озық әлемдік тәжірибені зерделеу негізінде имидж-технологияларды шебер әрі икемді меңгеру қажет. Жоғарыда айтылғандардың бәрі жиынтығында сыртқы саяси имиджмейкингтің отандық кешенін нығайту, елдің сыртқы саяси үгіт-насихат жүйесін жаңғырту мәселелерін ең байыпты және терең пысықтаудың шұғыл қажеттілігін көрсетеді.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 С. Бокаев, Новоиспеченный комитет международной информации МИД РК в разрезе брендинговой стратегии, Аналитический центр разумные решения, 25 ақпан 2015 жыл
- 2 Габдуллина А. Как формируется имидж Казахстана.// "Акикат", №10(43), 2015 ж.
- 3 Қазақстанның қазіргі Еуразиялық интеграциядағы рөлі мен орны / Садықов
- 4 Тлеген / <http://e-history.kz/ru/contents/view/1395>