

Г.Ж. Кенжалина  
А.М. Кусаинова  
Л.К. Ахметжанова

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан  
(E-mail: gkenzhalina@gmail.com, kussainova.am@gmail.com, Leila.akhmetzhanova@gmail.com)

## Фактор политического лидера в формировании международного имиджа Казахстана

**Аннотация.** За 30 лет Независимости в мире уже сложился позитивный имидж Казахстана. Третий века страна планомерно и устойчиво движется к глобальным целям. Сегодня наша страна признана мировым сообществом, Казахстан вошел в число 50 самых развитых стран мира, планомерно следуя Стратегии-2050, Плану нации «100 конкретных шагов: современное государство для всех», реализуя ряд других программ и проектов. Развитие любого государства невозможно вне глобального мирового пространства. Со дня обретения независимости наша страна последовательно укрепляла свой статус и авторитет на международной арене. В процессе совершенствования положительного опыта государственного строительства и укрепления конкурентоспособности страны сформировался современный имидж Республики Казахстан. Он возник и развивался на исторических, геополитических, культурных, этнических, религиозных, демографических и других основаниях. Позитивный имидж важен для благополучия и процветания нашего государства, дальнейшего укрепления позиций на мировой арене.

В статье рассматривается роль субъективного фактора – фактора политического лидера – в контексте формирования международного имиджа Казахстана. Оценивается и анализируется роль и вклад Первого Президента – Елбасы Н.А. Назарбаева в процесс позиционирования страны на международной арене.

**Ключевые слова:** международный имидж Казахстана, политический лидер, фактор политического лидера, Первый Президент – Елбасы, имидж лидера, имидж-бренд «Назарбаев».

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6887/2020-133-4-76-83>

Поступила: 30.11.2020 / Одобрена к опубликованию: 04.12.2020

**Введение.** Сложные трансформационные, модернизационные процессы, глобальные кризисы и конфликты – характеристики современной ситуации, сложившейся в XXI веке, оказывают мощное влияние на процессы имиджмейкинга и имиджирования страны на мировой арене.

Имидж и репутация во многом зависят от населения, его духовного развития и патриотизма, веры в свои возможности и правильность выбранного политического

курса. Можно с уверенностью сказать, что за 30 лет Независимости позитивный имидж Казахстана в мировом пространстве уже сложился. Базируясь на политических инициативах руководства страны, Казахстан завоевал устойчивое положение на международной арене, стал одним из крупных и уважаемых акторов политики не только регионального, но и мирового значения.

Сегодня Казахстан воспринимается как страна, которая демонстрирует

последовательность в достижении своих целей и задач, основными из которых являются развивающаяся экономика и стабильные социально-политические отношения, межнациональное и межконфессиональное согласие, единство и солидарность всех народов, все это во многом определяет и способствует дальнейшему продвижению имиджа страны на международной арене.

Помимо выше обозначенных факторов формирования международного имиджа страны, существенную роль играет субъективный фактор – фактор политических лидеров. Данный общеизвестный постулат нуждается в четкой конкретизации основных аспектов, так как он крайне слабо прописан в структурно-компонентном плане.

**Имидж политического лидера.** Любое лидерство есть явление групповое. Не может существовать лидер-одиночка, лидер «сам по себе» – без связи и отношений с окружением – обществом и гражданами. Прежде чем рассмотреть роль фактора политического лидера в формировании международного имиджа Казахстана, необходимо выяснить каковы же эти отношения и как они отражаются на имидже страны?

Главной особенностью отношений между руководителем страны и ее гражданами является то, что это – отношения власти. Они представляют собой социальное влияние одного или нескольких лидеров на общество [1].

В самом общем виде под социальным влиянием понимается процесс, через который поведение одного или нескольких человек трансформирует состояние других людей. Объект влияния может изменить свои знания, верования и представления о каких-либо сторонах окружающего мира. Воздействие способно также затронуть чувства, ценности, мотивацию или отношение к тем или иным вещам и явлениям. Наконец, под нажимом другого лица или лиц объект может изменять свое поведение [2].

Каким же образом политический лидер (руководитель страны) осуществляет свою власть над обществом?

Прежде чем ответить на этот вопрос, необходимо вспомнить, что политическое руководство высокого уровня соответствует типу лидерства, которое определяется как «отдаленное лидерство». Имеется в виду то, что общение руководителя страны с гражданами осуществляется опосредованно. Взаимодействие происходит с помощью различных средств массовой коммуникации. При этом появляется такой промежуточный элемент, как имидж политического лидера. Именно последний выполняет лидерские функции и вдохновляет народ на героизм, созидание, разрушение и т.д. То есть в данном случае функцию лидерства исполняет не реальная личность, а образ руководителя, вождя [1; 2].

Имидж лидера формируется в результате коммуникации между политиком и аудиторией. В этой связи имеют место два важных свойства политического лидерства:

1. Лидер-для-публики выступает как сконструированный образ и поэтому может обладать практически любыми заданными характеристиками.

2. Для лидера значимыми становятся вопросы о том, какие личностные черты определяют его желание стать лидером.

Другая важная область очерчивает специфику решаемых руководителем государства задач. Существуют два основных типа лидерской ориентации: ориентация на деятельность по выполнению текущих государственных задач и ориентация, связанная с установлением отношений в обществе.

Президенту страны, занимающему официальную выборную должность, необходимо решать в комплексе обе задачи: и работать в предметном плане, и налаживать связь с общественностью. Сложность указанных направлений для их эффективного обеспечения требует подключения множества людей: членов кабинета, советников, экспертов.

Многие исследователи выделяют три группы составляющих имиджа политического лидера:

- персональные характеристики – физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений;

- социальные характеристики – статус лидера, его модели ролевого поведения, связь лидера с различными социальными группами (интересы которых он представляет; с союзниками, оппонентами и открытыми врагами);

- символические характеристики – признаки конкретной идеологии, того или иного возможного будущего, определенного курса действий [3-5].

Многочисленные примеры построения имиджа свидетельствуют, что черты и качества личности руководителя государства, которые формируют его имидж и, следовательно,

имидж страны, должны быть однозначны, четко определены, ярко выражены и довольно постоянны. Неоднократно предпринимались

попытки выявить набор черт, которыми обязательно должен обладать лидер в глазах сограждан. Так, Н. Макиавелли, итальянский мыслитель, политический деятель, философ, писатель, автор военно-

теоретических трудов, писал: «Презрение государи возбуждают непостоянством, легкомыслием, изнеженностью, малодушием и нерешительностью. Этих качеств надо

остерегаться как огня, стараясь, напротив, в каждом действии являть великодушные, бесстрашие, основательность и твердость.

Решение государя касательно частных дел подданных должно быть бесповоротным, и мнение о нем должно быть таковым, чтобы никому не могло прийти в голову, что можно обмануть или перехитрить государя» [6, с. 25].

Конечно, и современные исследователи не обошли вниманием столь волнующую тему [3-7]. Прежде всего, большинство из них отмечает, что лидер страны должен позиционироваться как лицо деятельное, активное.

Образ деятельного руководителя страны может конструироваться в глазах общественности как действиями и инициативами, так и с помощью слов и речей.

Однако, как считают аналитики, предложения и инициативы, высказываемые руководителем государства публично, зачастую больше способствуют его положительному имиджу, чем постепенные и малозаметные действия по реальному разрешению важных государственных проблем.

Итак, действенность является важнейшим качеством имиджа лидера. Однако многие авторы специально подчеркивают, что центральный момент здесь – не просто действие, но демонстрация того, что лидер видит проблемы, хочет с ними справиться и принимает на себя ответственность за положение дел в стране и правительстве [8]. Декларации о личной ответственности лидера государства имеют для общественности важный психологический смысл: публика как бы заверяется в том, что мир управляем и жизнь будет постоянно улучшаться [9].

Еще одной существенной имиджевой характеристикой лидера, непосредственно оказывающей влияние на образ страны в глазах общественности, является способность добиваться успеха. Кроме того, на престиж лидера может оказывать косвенное влияние авторитет его команды или союзников. Так, лидер оценивается как более успешный и авторитетный, если его поддерживают выдающиеся и уважаемые сторонники [10].

Обобщая многочисленные исследования, можно выделить и другие черты политического лидера – реальные и мнимые – определяющие то, как воспринимается его образ общественностью. Например, лидер должен выглядеть благожелательным и справедливым по отношению к простым гражданам, быть образцом справедливости и мудрости, олицетворением нравственной чистоты. В отношении же врагов государства он обязан демонстрировать чувства агрессии, соперничества.

Внешность, пол и возраст главы государства также имеют значение. Как правило, лидер представляется в образе солидного человека приятной внешности, пожилого, и, конечно, это мужчина, а не женщина [11].

**Роль Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы Н.А. Назарбаева в формировании международного имиджа Казахстана.** В наибольшей мере, как показывают различные исследования, представлениям казахстанской общественности об образе национального лидера страны соответствует имидж Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы Н.А. Назарбаева. С точки зрения широкой аудитории как внутри страны, так и зарубежом он видится как действительно власть предержащий – тот, в чьих руках находятся бразды правления и реальная сила, кто умеет сформировать сплоченную команду и руководить ею. Н.А. Назарбаеву удавалось сочетать в себе ряд важных имиджевых качеств, обуславливающих повышение авторитета Казахстана на международной политической арене.

Первый Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев известен и признан во всем мире, его инициативы встречают всестороннюю поддержку со стороны мирового сообщества. Имидж Нурсултана Назарбаева ассоциируется сегодня с имиджем страны в целом, и в настоящее время неоспорим [12].

По мнению политика Е. Ертысбаева, именно Елбасы создал современный Казахстан благодаря масштабным рыночным реформам. Экс-советник Президента подчеркнул стремление Елбасы к поднятию имиджа страны. «Назарбаев всегда стремился поднять планку очень высоко, чтобы о нашем государстве узнал весь мир. Отсюда и идеи Ехро-2017, Азиада, Универсиада, съезды мировых религий, чтобы наша страна была узнаваемой и авторитетной во всем мире. Это были важные составные части мечты Назарбаева «Мәңгілікел» – Вечная земля. Чтобы нашу страну за короткое время узнал весь мир. И он добился этого» [13].

Под руководством Нурсултана Назарбаева Казахстану удалось осуществить политические и социально-экономические реформы, которые принесли ощутимые результаты и повысили благосостояние его граждан.

Н. Назарбаев придал особое значение созданию благоприятных международных условий для успешной реализации внутренних социально-экономических реформ. Казахстан проводит сбалансированную многовекторную политику, суть которой заключается в установлении и развитии взаимовыгодного сотрудничества со всеми странами. Сбалансированная и дальновидная внешняя политика помогла наладить отношения стратегического и расширенного партнерства с Россией, Китаем, США, ЕС, странами исламского мира и дружественные отношения со всеми странами мира.

Идея создания новой современной столицы Казахстана принадлежит Нурсултану Назарбаеву. 6 июля 1994 года он выступил с инициативой, и парламент Казахстана поддержал идею перенести столицу из Алматы в Астану. Н. Назарбаев внес значительный вклад в строительство и развитие новой столицы, которая стала символом независимой страны, гордостью граждан Казахстана. По инициативе и решению парламента при поддержке населения столица Астана в 2019 году была названа в честь своего создателя - Нурсултан[14].

Имидж Назарбаева материально выражен, потому что отождествляет его с Казахстаном, конвертирован в его репутацию и бренд. Это не только внушительный инструмент влияния на целевые аудитории, ее впечатления, мнения, ценности, но и на перспективы развития политинститутов, характер институциональной среды, идей, ценностей и геополитических границ.

По сути дела, внешняя политика Казахстана идентифицируется с персоной Елбасы, который является эффективным политиком, авторитетным дипломатом, автором и основателем Евразийского Союза. Его личность персонифицирует стабильность, определенный тип системы ценностей, ориентированных как на перемены, так и традиционные ценности.

Масштаб личности Назарбаева, его способность влиять на политические

процессы, задавать вектор дальнейшего развития страны порождает вокруг него мощное информационное поле. Значение его имиджа и влияние на информационную повестку дня трудно переоценить.

Его личностные качества – проективность и креативность мышления, интеллектуальные способности, инициативность, гибкость, властность, пронизательность, речевая культура – позволили завоевать популярность и сформировать социально-рентабельный имидж. По сути, Назарбаев стал живым брендом, в имидже которого уплотнились все успехи современного Казахстана. В сознании реципиентов закрепился транслируемый образ имидж-бренда как знак успеха, формируемого на вербально-невербальном уровне, где создается образ человека, от которого зависит мнение большинства населения Казахстана – судьба страны и народа.

Имидж-бренд Назарбаев может рассматриваться как социальный капитал Казахстана, так как в концептуализированном виде отражает уровень доверия к нему целевых аудиторий.

Казахстан самостоятельно формирует информационную повестку дня, стал источником новостей, успешно генерирует их, лично продвигает свой имидж через гуманитарное сотрудничество, культурные, образовательные проекты, программы обмена и подготовки молодых лидеров [15].

**Заключение.** Таким образом, имидж бренда «Н. Назарбаев» становится как источником, так и отражением информации о состоянии страны: «Повестка дня публичной политики переносится в повседневность, сами образы, вернее, их репрезентация, картинка, отражающие набор стереотипных представлений о носителе образа, оказываются объектом массовой культуры, привычной частью повседневного “обихода”» [16].

Впечатляющие достижения независимого Казахстана во многих сферах являются результатом неустанной работы и твердой политической воли Первого Президента Казахстана.

В марте 2019 года Нурсултан Назарбаев добровольно оставил свои полномочия после 30 лет пребывания на посту Президента Казахстана. Он заявил, что видит свою будущую задачу в обеспечении прихода к власти нового поколения лидеров, которые продолжат преобразования, проводимые в стране.

Нурсултан Назарбаев остается единственным ипожизненным лидером нации (Елбасы). Он также является председателем Совета безопасности, председателем партии «Нур-Отан», председателем Ассамблеи народа Казахстана и членом Конституционного совета. Авторитетное мнение Лидера Нации имеет особое значение при разработке и принятии стратегических решений.

### Список литературы

1. Галумов Э. Фактор политических лидеров и имидж страны [Электрон. ресурс]. - 2020. - URL: <https://psycho.ru/library/553> (дата обращения: 07.09.2020).
2. Маринова В. Л., Огарев А. В., Понеделков А. В. Политическое лидерство: социологический анализ. - Ростов на Дону: Литера-Д, 1993. – 69 с.
3. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. - Москва: Рефлбук, 2000. - 576 с.
4. Смолякова В.В. Имидж политического лидера в структуре коммуникативного пространства // Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология, - 2000.- № 2. – С. 29.
5. Шелекасова Н.П. Бессознательные аспекты имиджа политического лидера // Полис- 2000. - № 4. - С. 130.
6. Макиавелли Н. Государь. - Москва: Изд-во Эксмо, 2001. - 656 с.
7. Островский Е., Щедровский П. Гуманитарные технологии, развитие общественных связей и имидж России // Сообщение. - 1999. - № 1. - С. 36-39.

8. Медведев М.И. Политическое лидерство как объект социально-психологического исследования: Автореф. дис. канд. псих.наук. - Москва, 1993. - 24 с.
9. Ручка А. А., Оссовский В. Л., Матусевич В. А. Общественное мнение и власть: механизм взаимодействия. - Киев: Наук.думка, 1993. - 137 с.
10. Лисовский С. Ф. Политическая реклама. - Москва: ИВЦ «Маркетинг», 2000. - 142 с.
11. Барт Р. Предвыборная фотография. Мифологии. - Москва, 1996. - 268 с.
12. За 25 лет Независимости в мире уже сложился позитивный имидж Казахстана – Ким. [Электрон. ресурс]. - 2016. - URL: [https://www.inform.kz/ru/za-25-let-nezavisimosti-v-mire-uzhe-slozhilsya-pozitivnyy-imidzh-kazahstana-kim\\_a2971679](https://www.inform.kz/ru/za-25-let-nezavisimosti-v-mire-uzhe-slozhilsya-pozitivnyy-imidzh-kazahstana-kim_a2971679) (дата обращения: 07.09.2020).
13. Пандемия окончательно развеяла миф о двоевластии - Ертусбаев. [Электрон.ресурс]. - 2020. - URL: <https://nurmedia.kz/ru/news/639-pandemija-okonchatelno-razvejala-mif-o-dvoevlastii-ertysbaev.html> (дата обращения: 10.09.2020).
14. Феномен Первого Президента Казахстана – Елбасы Нурсултана Назарбаева. [Электрон.ресурс]. - 2020. - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-addis-ababa/press/events/details/3045?lang=ru> (дата обращения: 10.09.2020).
15. Адилова Л. Модель транзита власти в Казахстане: влияние на имидж государства. [Электрон. ресурс]. - 2020. - URL: <https://ia-centr.ru/experts/lyudmila-adilova/model-tranzita-vlasti-v-kazahstane-vliyanie-na-imidzh-gosudarstva/?fbclid=IwAR2BHO8HuNXIvn6cqNE43Lt5jDtbGQhJj0vbCTB1DMVVrjbQEN4StC0Fclw/> (дата обращения: 11.09.2020).
16. Семенко И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Серия «Политические исследования». - 2008. - № 5. - С. 7.

**Г.Ж. Кенжалина, А.М. Кусаинова, Л.К. Ахметжанова**

*Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан*

### **Қазақстанның халықаралық имиджін қалыптастырудағы саяси лидердің факторы**

**Аңдатпа.** Тәуелсіздік алғалы 30 жыл ішінде әлемде Қазақстанның оң имиджі қалыптасып үлгерді. Ғасырдың үштен бірінде мемлекет жүйелі және тұрақты түрде жаһандық мақсаттарға бет алды. Бүгінде елімізді әлемдік қоғамдастық мойындады, «Қазақстан-2050» Стратегиясын, «100 нақты қадам: баршаға арналған қазіргі заманғы мемлекет» Ұлт жоспарын жүйелі түрде орындап, басқа да бірқатар бағдарламалар мен жобаларды жүзеге асыра отырып, әлемдегі ең дамыған 50 елдің қатарына кіреді. Әлемдік кеңістіктен тыс кез келген мемлекеттің дамуы мүмкін емес. Тәуелсіздік алған күннен бастап мемлекетіміз халықаралық аренада өзінің мәртебесі мен беделін дәйекті түрде нығайтты. Мемлекеттік құрылыстың оң тәжірибесін жетілдіру және елдің бәсекеге қабілеттілігін күшейту процесінде Қазақстан Республикасының заманауи имиджі қалыптасты. Ол тарихи, геосаяси, мәдени, этникалық, діни, демографиялық және басқа негіздерде пайда болды және дамыды. Оң имидж мемлекетіміздің әл-ауқаты мен өркендеуі үшін, әлемдік аренадағы позицияларымызды одан әрі нығайту үшін маңызды.

Мақалада Қазақстанның халықаралық имиджін қалыптастыру контекстіндегі субъективті фактор - саяси көшбасшы факторының рөлі қарастырылады. Тұңғыш Президент - Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың елді халықаралық аренада орналастыру процесінде рөлі мен үлесі бағаланып, талданады.

**Түйін сөздер:** Қазақстанның халықаралық имиджі, саяси көшбасшы, саяси лидер факторы, Тұңғыш Президент - Елбасы, лидер имиджі, «Назарбаев» имидж-бренді.

**G.Zh. Kenzhalina, A.M. Kussainova, L.K. Akhmetzhanova**

*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

### **The factor of a political leader in the formation of the international image of Kazakhstan**

**Abstract.** For 30 years of Independence, a positive image of Kazakhstan has already formed in the world. For a third of a century, the country has been systematically and steadily moving towards global goals. Today our

country is recognized by the world community, Kazakhstan is among the 50 most developed countries in the world, systematically following the Strategy 2050, the Plan of the Nation “100 concrete steps: a modern state for all”, implementing a number of other programs and projects. The development of any state is impossible outside the global world space. Since the day of gaining independence, our country has consistently strengthened its status and authority in the international arena. In the process of improving the positive experience of state building and strengthening the country’s competitiveness, the modern image of the Republic of Kazakhstan has been formed. It arose and developed on historical, geopolitical, cultural, ethnic, religious, demographic and other grounds. A positive image is important for the well-being and prosperity of our state, and for further strengthening our positions in the world arena.

The article examines the role of the subjective factor - the factor of the political leader - in the context of the formation of the international image of Kazakhstan. The role and contribution of the First President - Elbasy N.A. Nazarbayev is evaluated and analyzed in the process of positioning the country in the international arena.

**Key words:** international image of Kazakhstan, political leader, factor of political leader, First President - Elbasy, image of a leader, image-brand «Nazarbayev».

### References

1. Galumov E. Faktor politicheskikh liderov i imidzh strany [The factor of political leaders and the country’s image]. Available at: // <https://psycho.ru/library/553> (accessed 07.09.2020). [in Russian].
2. Marinova V.L., Ogarev A.V., Ponedelkov A.V. Politicheskoe liderstvo: sociologicheskiy analiz [Political Leadership: A Sociological Analysis] (Rostov na Donu: Litera-D, 1993). [in Russian].
3. Pohepcov G.G. Imidzhelogiya [Imageology] ( Reflbuk, Moscow, 2000). [in Russian].
4. Smolyakova V.V. Imidzh politicheskogo lidera v strukture kommunikativnogo prostranstva [The image of a political leader in the structure of the communicative space], Vestnik Moskovskogo universiteta [Bulletin of Moscow University], 18 (2), 29 (2000). [in Russian].
5. Shelekasova N.P. Bessoznatel’nye aspekty imidzha politicheskogo lidera [Unconscious aspects of the image of a political leader], Polis [Polis], (4), 130 (2000). [in Russian].
6. Makiavelli N. Gosudar’ [The Prince] (Eksmo, Moscow, 2001). [in Russian].
7. Ostrovskij E., Shhedrovskij P. Gumanitarny’e tekhnologii, razvitie obshhestvenny`kh svyazey I imidzh Rossii [Humanitarian technologies, development of public relations and the image of Russia], Soobshhenie [Soobshhenie], (1), 36-39 (1999). [in Russian].
8. Medvedev M.I. Politicheskoe liderstvo kak ob`ekt social’no-psikhologicheskogo issledovaniya: Avtoref. dis. [Political leadership as an object of socio-psychological research: dissertation abstract] (Moscow, 1993. 24 p.) [in Russian].
9. Ruchka A.A., Ossovsky V.L., Matusevich V.A. Obshhestvennoe mnenie i vlast’: Mekhanizm vzaimodejstviya [Public opinion and power: interaction mechanism] (Kiev, 1993). [in Russian].
10. Lisovskij S. Politicheskaya reklama [Political advertising] (Marketing, Moscow, 2000). [in Russian].
11. Bart R. Predvy`bornaya fotografiya. Mifologii [Pre-election photography. Mythology] (Moscow, 1996). [in Russian].
12. Za 25 let Nezavisimosti v mire uzhe slozhilsya pozitivny`j imidzh Kazakhstana – Kim [For 25 years of Independence, a positive image of Kazakhstan has already formed in the world - Kim]. Available at: [https://www.inform.kz/ru/za-25-let-nezavisimosti-v-mire-uzhe-slozhilsya-pozitivnyy-imidzh-kazahstana-kim\\_a2971679](https://www.inform.kz/ru/za-25-let-nezavisimosti-v-mire-uzhe-slozhilsya-pozitivnyy-imidzh-kazahstana-kim_a2971679). [in Russian]. (accessed 07.09.2020).
13. Pandemiya okonchatel’no razveyala mif o dvoevlastii – Ertysbaev [Pandemic finally dispelled the myth of dual power - Ertysbayev]. Available at: <https://nurmedia.kz/ru/news/639-pandemija-okonchatelno-razvejala-mif-o-dvoevlastii-ertysbaev.html>. [in Russian]. (accessed 10.09.2020).
14. Fenomen Pervogo Prezidenta Kazakhstana – Elbasy` Nursultan Nazarbaev [The phenomenon of the First President of Kazakhstan - Elbasy Nursultan Nazarbayev]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-addis-ababa/press/events/details/3045?lang=ru>. [in Russian]. (accessed 10.09.2020).
15. Adilova L. Model` tranzita vlasti v Kazakhstane: vliyanie na imidzh gosudarstva [The model of the transit of power in Kazakhstan: influence on the image of the state]. Available at: <https://ia-centr.ru/experts/>

lyudmila-adilova/model-tranzita-vlasti-v-kazakhstan-vliyanie-na-imidzh-gosudarstva/?fbclid=IwAR2BHO8HuNXIvn6cqNE43Lt5jDtbGQhJj0vbCTB1DMVVrbQEN4StC0Fclw/. [in Russian]. (accessed 11.09.2020).

16. Semenko I.S. Obrazy` i imidzhy` v diskurse naczional`noj identichnosti [Images in the discourse of national identity] Polis [Polis]. (5), 7 (2008). [in Russian].

**Информация об авторах:**

*Кенжалина Гульсум Жумабаевна* – магистр по специальности «История», старший преподаватель кафедры международных отношений Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

*Кусаинова Алия Муратовна* – PhD, доцент кафедры международных отношений Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

*Ахметжанова Лейла Камидуллаевна* – автор для корреспонденции, кандидат исторических наук, доцент кафедры международных отношений Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

*Kenzhalina Gulsum Zhumabayevna* – Master’s degree in History, Senior Lecturer of the Department of International Relations at L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

*Kussainova Aliya Muratovna* – PhD, Associate Professor of the Department of International Relations at L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

*Akhmetzhanova Leila Kamidullayevna* – **Corresponding author**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of International Relations at L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan