

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА

Умербаева Сабина Маратовна

sabina_umerbaeva@mail.ru

Студент специальности «Международные отношения»

ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,

Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Ж.Нурбаев

Каждое государство, рассчитывающее стать конкурентоспособным на международной арене, обязано понимать, что недостаток признаков положительного имиджа или присутствие признаков отрицательного имиджа государства считается значительной преградой для действий страны. В результате страны стараются безупречно позиционировать себя на мировом рынке. И имидж государства является одним из важных элементов государственного капитала.

Единый имидж страны формируется из нескольких элементов: общественно-политический деятель этой страны, другие области жизнедеятельности страны – правительство, макроэкономика, армия, внешняя и внутренняя политика. Это то, что формирует имидж страны, который обретает в данный момент или получит в будущем правительство в сознании международной общественности в следствии взаимодействий этих либо других ее субъектов, взаимодействующих с остальным миром. По этой причине имидж государства считается общим признаком авторитета и успеха его действий, оценкой иностранной общественности о самом государстве [1, с. 54].

Казахстан считается одной из новых государств, для которого имидж страны представляет основную значимость. Применение возможности имиджа обозначает, то что подобные государства, равно как и Казахстан, имеют все шансы составлять конкуренцию на мировом рынке, в том числе и в случае если это государство не обладает большим влиянием, не владеет существенной финансовой, военной либо общественно-политической мощью. Предоставление государственной защищенности страны, усиление суверенитета и поддержка территориальной единства, государственное политическое и экономическое развитие находятся в зависимости от эффективного развития государственного имиджа.

Деятельность по формированию позитивного имиджа Казахстана возникла с приобретением независимости, в то время перед государством стояло несколько больших задач. Существовала необходимость преобразовать целую экономику, кардинально модифицировать политическое устройство, вступить во всемирное общество в правах его равного участника. С приобретением независимости государство поменялась кардинально.

В результате на сегодняшний день Казахстан – один из лидеров СНГ согласно степени формирования экономики, политическое устройство государства крепко стоит на демократическом фундаменте. Государство стремительно вовлечено в движения мирового формирования, в региональном смысле республика представляет одну из видимых ролей.

Но имидж в Республике Казахстан не считался контролируемым и систематическим действием. По этой причине достижения сохранились местными данными для жителей Казахстана, также недостаточно располагали сведениями о них за пределами его границ. Неправильное понимание о стране накладывалось, нередко, из-за недоступности объективных данных, также информативный недостаток наполнялся домыслами или намеренно спроектированной дезинформацией.

В настоящее время страна столкнулась с тем, то что большая часть иностранных корреспондентов, которые пишут о Казахстане, используют обычный комплект стереотипов. Но жизнедеятельность нашего государства значительно труднее, также обширнее.

В следствии, необходимо выделить, то что в настоящий период репутация Казахстана никак не отвечает новейшим сформировавшимся реалиям и, таким образом, никак не проявляет необходимого результата на существенное поступление вложений и приезд туристов, на повышение патриотических расположений из числа жителей, на усиление воздействия и авторитета государства на международной арене.

Развитие государственного имиджа Казахстана по наблюдениям иностранной общественности сопряжено с некоторыми трудностями.

Во-первых, в настоящий период в Республике Казахста еще никак не изобретен общий проект инициатив в области государственного имиджа. Единичные события, прочерчиваемые зачастую в отрыве от действительности, никак не дают ожидаемого результата. Все без исключения воздействия согласно развитию государственно имиджа приходят только к непоследовательным событиям, об каковых представители основных аудиторий или равным счетом ничего не понимают, или понимают неосновательно.

Во-вторых, не имеется общий правительственный аппарат, отвечающий за построение и развитие государственного имиджа в республике. В этой области вся совокупность трудов урезана редчайшими, также неприметными действиями дипломатического ведомства в облике его посольств и офисов в иностранных государствах. Помимо этого, во всех этих структурах, почти, отсутствуют эксперты по имиджмейкингу.

В-третьих, страна сейчас пока еще не обладает собственными активами больших торговых марок, по причине того, что казахстанские фирмы пока еще не овладели многообещающими нишами, а также не вышли на мировой рынок товаров и услуг.

В-четвертых, большая часть пребывающих в политическом обороте компонентов имиджа Казахстана, нередко, базируются только на довольно неглубоких данных.

В-пятых, в Казахстане вплоть до этих времен не имеется обдуманная также непрерывная стратегия в сфере наружных коммуникаций. Также отсутствуют результативные каналы передачи данных во интернациональное информативное пространство.

В-шестых, в Республике, невзирая на присутствие значительного количества туристических компаний, недостаточно сформирован сектор внутреннего туризма, потому что государство недостаточно позиционирует себе на наружных туристических рынках в виде заманчивого объекта всемирного туризма.

В-седьмых, в Казахстане не имеется общественное учреждение, занимающееся формированием позитивного имиджа страны с помощью общественной дипломатии [2].

Исследование и классификация данных, презентовой во многих аналитических материалах иностранных ученых, дают возможность выработать базисные причины, в разрезе каковых обязан формироваться государственный имидж Казахстана:

1. Устойчивость в абсолютно всех областях общественно-политической жизни, стабильность внутригосударственной концепции правительства и управления, прогнозируемость Казахстана и его доступность, содействующая развитию только лишь тех взглядов, какие отвечают реальности.

2. Притягательность экономического устройства с целью привлечения инвесторов, сопряженная не только лишь с совершенствованием государственных элементов предоставления их прав и гарантий в Казахстане, однако также с верным введением возможным инвесторам данных, также акцентированием их интереса в объективных превосходствах деятельности с Казахстаном.

3. Транспарентность казахстанского сообщества, что характеризуется сохранением и укреплением межэтнического общества и межконфессионального единства социума, рвением к разговору цивилизаций и вероисповеданий.

На сегодняшний день признано, то что проекты формирования также продвижения имиджа страны, развития стиля государства в сегодняшнем обществе возможно также необходимо осуществить с применением приборов менеджмента. С целью победы Казахстана в страновой конкурентной борьбе и его результативной интеграции во всемирное экономическое пространство необходимо исследование также формирование его конкурентноспособных положительных сторон, в том числе, - имиджевого характера.

Базисная точка зрения заключается во этом, то что ослабление отрицательных данных Казахстана в массовом информативном пространстве и цель развития новейшего вида республики считается стратегически значимым курсом правительственной постройки. В данном случае увеличение интернационального престижа Казахстана станет находиться в зависимости с этого, в какой степени правильно наша государство сумеет отвечать на быстрые перемены в различных ситуациях, в то же время решая внутренние общественно-финансовые также общественно-политические трудности [3].

Главной мишенью общественной дипломатии обязано быть разъяснение внешней политической деятельности Казахстана, но кроме того распространение государства, ее ценностей, также развитие позитивного стиля.

Большая часть людей из-за границы обладают неправильным, или устарелым пониманием о Казахстане, что никак не отображает данной ситуации в государстве. Это обусловлено малым количеством данных о новейших достоинствах в общественных взаимоотношениях Республики, финансовых также общественно-политических реформах, проводимых в нашем государстве.

Репутация государства создается не только лишь присутствием поддержки популяризации, но и направленного распространения данных, однако также основывается в абсолютно на всех гранях существования сообщества и экономики. Тут обладают значимость все контакты с Казахстаном, включая чтение казахстанских СМИ, а также завершая индивидуальными встречами с казахстанцами.

Из этого следует, что концепция формирования позитивного имиджа Казахстана сможет помочь не только лишь сформировать известную положительную репутацию государства в обществе, но и станет способствовать развитию, также формированию казахстанской государственной идентичности, единого чувств цели и государственной гордости. Задатком ее эффективной осуществлении обязана являться координирование деятельность задействованных государственных организаций, также определенных учреждений с осведомленным экспертом.

Подобным образом, с учетом описанных условий развитие позитивного имиджа Казахстана в массовом измерении является проблемой как страны, так и общества. С целью ее постановления необходимо прогнозирование некоторых более эффективных концептов государства и последующий их анализ с целью установления приемлемо определенных государственных интересов.

Список использованной литературы:

1. Годин А.М., Дмитриев А.А., Бабленков И.Б. Брендинг: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004, – 364 с.
2. Особенности и проблемы формирования странового брендинга [Электронный ресурс]: «KAZENERGY» – ассоциация организаций нефтегазового и энергетического комплекса. URL: <http://www.kazenergy.com/en/about-kazakhstan/energy-objects/1206.html?task=view> (дата обращения: 22.03.2021).

3.Имидж страны. Страновой брендинг [Электронный ресурс] // ZAKON.KZ : Информационное агентство – Электрон. дан. – А., 2015. – URL: <http://www.zakon.kz/62274-imidzh-strany.-stranovuyj-brending.html> (дата обращения: 21.03.2021).