

**Шыңғысова Н.Т.<sup>1</sup>, Жәйлібек Қ.<sup>2</sup>, Негізбаева М.О.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.

<sup>2</sup>магистрант, эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

<sup>3</sup>эл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,  
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: marlanonneg@gmail.com

**МЕМЛЕКЕТТІК САЯСАТ БАСЫМ БАҒЫТТАРЫ ЖҮЙЕСІНДЕГІ  
ЕЛ ИМИДЖІНІҢ ҚАЛЫПТАСУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Мемлекеттік имидждің құрылымы кез келген заманауи мемлекеттің алдында тұрған стратегиялық тапсырма екендігі анық. Имидждің әсерлі екенінің көрінісі елдің экономикалық және мәдени дамуының деңгейін, табысты саясаттың мемлекет ішінде де, сыртында да бейнесі, айнасы іспеттес. Көп жағдайда әлемдік сахнада қарым-қатынас жетістігінің көрсеткіші болып табылады. Жағымды имидж ішкі және сыртқы нарықта бәсекеге қабілеттілікті арттырады. Социумның рухани өміріндегі бұқаралық ақпарат құралдарының рөлін қайта бағалау күрделі. БАҚ тек ақпарат көзі ғана емес, сонымен қатар қоғамдық пікір және тұлғаның адамгершілік-дүниетанымдық көзқарасын қалыптастырады. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдары ел имиджін қалыптастыруда елеулі рөл атқарады. БАҚ тек ақпарат көзі ғана болып қоймай, сонымен қатар халықаралық мәселелерде ықпал етуші күшке айналып отыр. Мақалада елдік имиджді қалыптастыру мәселесі бәсекеде басымдық беретін маңызды стратегиялық ресурс ретінде қарастырылады. Қазақстанның әлемдік саясаттағы рөлі, ел имиджі қазіргі таңдағы халықаралық жағдайларды мысалға келтіре отырып, сарапталады. Еліміздің ішкі имиджі мәселесіндегі ақпараттық PR-қолдаудың қолданылуы мен маңызы талданады.

**Түйін сөздер:** ел имиджі, бұқаралық ақпарат құралдары, бұқаралық коммуникация, халықаралық жағдай, жаһандық саясат, БҰҰ.

Shyngysova N.T.<sup>1</sup>, Zhaylbeke K.<sup>2</sup>, Negizbayeva M.O.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Al-Farabi Kazakh National University,  
Kazakhstan, Almaty, e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.

<sup>2</sup>magistrant, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,

<sup>3</sup>Al-Farabi Kazakh National University,  
Kazakhstan, Almaty, e-mail: marlanonneg@gmail.com

**Features of the country image's formation as a priority direction of state policy**

The formation of a favorable image of the country is a state strategic task. The country's image is a mirror reflection of economic and cultural prosperity, an indicator of the effectiveness of the state's indicator of the effectiveness of internal and external policy of the state. Promotes the strengthening of international relations, it serves as an indicator of the state's competitiveness in the global arena. The role of mass media in the spiritual life of society is unconditional. The media are not only a means of conveying information, but also form public opinion and the worldview of the individual. Besides, the mass media play a certain role in the process of formation the country image. The media are not spread the information only, but also participate in the regulation of international relations. The article defines the mass media as a strategic resource in the development of the country image. The role of Kazakhstan in world politics, the image of the country in solving international problems are determined. Also designated PR-technologies in the development of the internal image of the country.

**Key words:** country image, mass media, mass communication, international relations, foreign policy, UN.

Шыңғысова Н.Т.<sup>1</sup>, Жайлыбек К.<sup>2</sup>, Негизбаева М.О.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: nazgul.shyngysova@kaznu.kz.

<sup>2</sup>магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,

<sup>3</sup>Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: marlanonneg@gmail.com

### Особенности формирования странового имиджа как приоритетного направления государственной политики

Формирование благоприятного имиджа страны – государственная стратегическая задача. Имидж страны является зеркальным отражением экономического и культурного благосостояния, показателем эффективности внешней и внутренней политики государства. Способствует укреплению международных отношений, служит показателем конкурентоспособности государства на мировой арене. Безусловно роль средств массовой информации в духовной жизни социума. СМИ являются не только средством передачи информации, но и формируют общественное мнение и мировоззрение личности. Кроме того, средства массовой информации играют ключевую роль в формировании имиджа страны, становятся участником регулирования международных отношений. В статье масс-медиа определяются как стратегический ресурс в развитии странового имиджа. Несомненно роль Казахстана в мировой политике, значим имидж страны в решении международных проблем. Также обозначены PR-технологии в развитии внутреннего имиджа страны.

**Ключевые слова:** страновой имидж, средства массовой информации, массовая коммуникация, международные отношения, внешняя политика, ООН.

Ел имиджі халықаралық байланыстардың дамуына ықпал ететін фактор. Ұзақ мерзімді имидждік стратегия мемлекетке әлемдік деңгейде танымал болуға, инвестиция тартуға мүмкіндік береді. Елдің жағымды имиджін қалыптастыру оңай емес. Тауар, қызмет немесе ұсынатын идея да әлемдік деңгейге сай болуы тиіс.

Мемлекетке имидж не үшін қажет? Қазіргі таңдағы халықаралық жағдайға шолу жасасақ, бұл сауалдың маңыздылығы арта түседі. Бүгінгідей аумалы-төкпелі заманда әлем халқы үміт пен үрейдің құшағында отырғаны белгілі. Соғыстан көз аспаған мемлекеттерде тыныштық орнаса, ат құйрығын кесіскен мемлекеттер бір-бірімен татуласып, тізе қосса деген тілек бәрінің де көкейін теседі. Дін атын жамылған терроршы-экстремистер, содыр-бүлікшілер, халықаралық жанжал оты тұтануы мүмкіндігі алаңдатуда. Қазіргідей бәсекелестік заманында бәсекеге қабілеттілік таныту да күн тәртібінен түспейді. Жаһандық саясатта күрделі бетбұрыстар, қарулы қақтығыс, соғыс-ұрыстар болып тұратындығы жасырын емес. Кейбір елдердің дұрдараздығы араздыққа ұласып жатыр. Мысыр төңкерістен теңселіп тұрса, Сирия әлі үрей құшағында. Ауғаныстан мәселесі де күн тәртібінен жойылған жоқ.

Қазақстан – әлемдік қауымдастықтардың белді мүшесі, өзіндік пікірі қалыптасқан, жаһандық саясатта айтарлықтай рөлге ие мемлекет. Сириядағы қақтығыстарды реттеу мақсатында Астана пікірталас алаңын да ұсынып отыр. Былтыр басталып, биыл жалғасын тапқан Астана

процесі Сирия жөніндегі бейбіт бастамаларға жол ашпақшы. Жиында мүдделі тараптар қырғи-қабақ соғысты тоқтатып, арадағы келіспеушіліктерді реттеуге атсалысуда. Бұған әсіресе, Брюссельдегі Еуроодақ өкілдері зор сеніммен қарайды. Кәрі құрлық өкілдерінің айтуынша, елордада біраз мәселенің түйіні тарқап, бейбітшілікке жол ашылады. Әсіресе, Сириядағы соғысты тоқтатуға бағытталған Женева келісімі тиімді жүзеге асуы тиіс. ЕО Сыртқы істер жөніндегі жоғарғы өкілі Федерика Могеринидің айтуынша, мүдделі тараптар бір келісімге келіп, нақты шешімдер қабылдауы мүмкін. Астанадағы пікір алаңы арқылы қазіргі жағдайды жақсартуға мүмкіндік бар. Сондай-ақ ол Сирия жөніндегі келіссөздер көктемге қарай жалғасып, Брюссельде тағы бір келелі кеңес өтетінін жеткізді. Сол арқылы тараптар бітімге келіп, қырғи-қабақ соғыс біржола тоқтатылмақ. Осылайша, Қазақстан әлемде бейбіт өмір орнатуды көздейтінін білдіріп отыр. Қазақстанның бұл миссиясы жағымды имиджін қалыптастыруға ықпал етті.

Қазақстан Біріккен Ұлттар Ұйымының Қауіпсіздік кеңесінің 2017-2018 жылдардағы тұрақты емес мүшесі ретінде бірнеше басымдыққа мән беріп отыр. Қауіпсіз, әділ және өркендеген әлем құру үшін жаһандық әріптестікті нығайту жөніндегі Қазақстанның тұжырымдамалық көзқарасында жеті негізгі бағыт айқындалған. Қазақстан Кеңесте барлық мүше мемлекеттермен бірге көрсетілген маңызды бағыттар бойынша әділ және саяси конъюнктурасыз, жауапты, байыпты және сындарлы

түрде жұмыс жасауға ниетті. Қазақстан маңызды мақсат – XXI ғасырда қауіпсіз, әділ және өсіп-өркендеген әлем қалыптастыруға қол жеткізу жолындағы өзінің бастамалары әріптестері тарапынан қолдау табады деген сенімде.

Елдік имиджді қалыптастыру мәселесі бәсекеде басымдық беретін маңызды стратегиялық ресурс ретінде қарастырылады. Осы орайда әлемдік аренадағы Қазақстан тарапынан айтылып жатқан идеялар назарға ілігуде. Қаңтар айындағы Елбасының АҚШ-қа сапары Қазақстанның БҰҰ-ның Қауіпсіздік кеңесіне төрағалық ету уақытымен тұспа-тұс келді. АҚШ-қа сапары кезінде Елбасы әріптесі Дональд Трамппен әлемдік саясаттан бастап, Орта Азиядағы ахуалды сөз еткен еді. Күнде терактіден көз ашпайтын Ауғаныстандағы жағдай да назардан тыс қалған жоқ. Нұрсұлтан Назарбаев АҚШ президентіне бұл мәселеге қатысты өз ойын білдіріп, Орта Азия мемлекеттерінің ұстанымын жеткізді. Тіпті Америкамен бірге бұл тақырыпқа қатысты келіссөздер өткізуді ұсынды. Президент Н. Назарбаевтың Солтүстік Корея мәселесіне орай тез әрі сындарлы шешім шығару жөніндегі ұсынысы да ұтымды. Халықаралық ұйым дүниенің кез келген қиырында тұтанған өртті өшіруге қауқары жеткенше тырысуда. Енді бұл іске Қазақстан да үлес қоса бастады. Қауіпсіздік кеңесінің отырысына арнайы келіп қатысқан Н. Назарбаев бұл жолы да күрмеуі қиын мәселелерді айтып қана қоймай, шешілу жолдарын жіліктеп жеткізді. Қаруды қойып, дипломатия тәсіліне көшу жолын ұсынды. Осы арқылы Ауғаныстан, Сирия, Таяу Шығыс пен тіпті Украинадағы қарулы қақтығысты тоқтатуға болады. Алайда ірі державалардың жасырын геосаяси мүдделері мен бір-біріне деген сенімінің жоқтығы келіссөздерді тығырыққа тіреп отыр. Елбасы әскери одақтарға бөлініп, дүниежүзінің жарыса қарулана бастағанын жақсылыққа баламады. Айталық, «Егер Иран мен Солтүстік Кореяны біржақты етпесе, қырып-жоятын қару террористердің қолына өтіп кетуі мүмкін», – деді Н. Назарбаев. Қазақстанда Сириядан кейін енді Солтүстік Кореяның ядролық қаруына қатысты келіссөздер өтуі мүмкін. Нью-Йорктегі Біріккен Ұлттар Ұйымының Бас кеңесінде сөз сөйлеген Н. Назарбаев әлемге араағайындық танытуға дайын екендігін білдіріп, осындай ұсыныс тастады. Мемлекет басшысының айтуынша, адамзат 2045 жылға қарай барлық негізгі мәселелерді, әсіресе қақтығыс ошақтарындағы проблемаларды шешуі тиіс.

Нұрсұлтан Назарбаев БҰҰ Бас Ассамблеясының мінберінен еліміздің мемлекеттік ті-

лінде алғаш рет сөз сөйленгеніне тоқталды. «Менің мемлекеттік тілдегі сөзім, оның Ұйымдағы барлық ресми алты тілге ілеспе аударылуы да жақсы нышан болды», – деді Мемлекет басшысы.

Ел имиджін қалыптастыруда бұқаралық ақпарат құралдары елеулі рөл атқарады. БАҚ көмегімен саяси оқиға мен адам құндылықтары туралы көзқарас қалыптасады. Әлемдік БАҚ Елбасының сөйлеген сөзін жарыса жазып жатты. Астананың Вашингтон үшін стратегиялық маңызын атап өтті. «ABC», «CNN» телеарналары, «Ассошиэйтед пресс», ТАСС секілді ақпарат агенттіктері үздіксіз хабар таратып отырды.

«Нұр Отан» партиясының Саяси талдау және стратегиялық зерттеулер орталығы ұсынған дерекке сәйкес, Google іздестіру жүйесінде «Қазақстан» және «Назарбаев» тегтері бойынша қаралымдардың ең жоғары деңгейі қос мемлекет басшысының ресми кездесуі мен баспасөз конференциясы өткен 17 қаңтар күні тіркелген. Ағылшын тіліндегі ақпараттың жалпы саны – 939 мың. Орыс тілінде 1 млн 970 мың материал табылды. Оқырманға ой салатын тұщымды талдаулар мен авторлық бағандар The Hill, Huffingtonpost, Foxnews, Washingtonpost, Wall Street Journal, The Daily Caller, USA Today, CNN, The New Yorker, US News, Forbes, The Statesman, The Diplomat, Pulse Nigeria, Radio Free Europe, Anadolu, Белрынок, Украина Центр, Газета ru, Lenta.ru, РИА Новости сияқты басылымдар мен интернет ресурстарында жарияланды (Дүйсен К, 2018). Шетелдік БАҚ-тар Қазақстанға посткеңестік кеңістіктегі елдер арасында ең стратегиялық және экономикалық маңызды мемлекет деген баға берді.

Биыл Назарбаев 1992 жылдан бері АҚШ-қа жетінші рет ресми сапармен барды. Осы кезде мемлекет басшысы Америка Құрама Штаттарындағы алпауыт компаниялардың басшыларымен, инвесторлармен кездесіп, елге инвестиция тартудың амалын қарастырды. Жалпы Нұрсұлтан Назарбаевтың Дональд Трамппен кездесуінен екі тараптың ынтымақтастықтың жаңа сатысына қадам жасағанын аңғаруға болады. Бұл ел имиджіне оң ықпал еткені даусыз.

Мемлекет имиджінің қалыптасуы мен құрылымының ерекшелігі әлемдік кеңістікте соңғы онжылдық тенденцияда үлкен қызығушылық тудыруда. Нұрсұлтан Назарбаевтың БҰҰ Қауіпсіздік кеңесінде баяндама жасауы – еліміздің әлемдік қоғамдастық тарапынан мойындалғанының айқын бір көрінісі. Қауіпсіздік кеңесінің тұрақты емес мүшелігіне Орталық Азия мемлекеттерінің ішінде бірінші болып сайланғанын ескерсек, мұ-

ны Қазақстанның сыртқы саясаттағы үлкен жеңісі деуге болады. Сыртқы мемлекеттің халқы арасында сол мемлекет туралы пікірі маңызды, ол саяси көшбасшының қарым-қатынасына тікелей әсерін тигізеді. Инвесторлар мемлекеттің қалыптасқан имиджіне қарай инвестиция салынған көрсеткішін зерттеп, ел аумағына жаңа бизнес әкелетінін ұмытпау керек. Мемлекет имиджінің спецификасына сүйене отырып, келесідей заңдылықты атап өткен дұрыс – мемлекеттің ішкі және сыртқы саясат деңгейі жергілікті халықтың сұранысы мен қызығушылығын қанағаттандыру деңгейіне сәйкес келіп, жоғары болса, халықаралық сахнада да мемлекет имиджі жағымды болады. Мемлекеттің сыртқы саясат қызметінің деңгейлеріне байланысты мемлекет имиджі анықталады.

Тарихи құндылықтардың сақталуы, мәдени дәстүрлер, бизнес және инновациялар, білім беру деңгейі сияқты факторлар да елдің имидждік деңгейін көрсетеді. Сыртқы саясатқа сондай-ақ, елдің ұлттық брендингі, мәдени тамыры мен дипломатиялық іс-әрекеті де ықпал етеді.

Біздің еліміз өзінің табысты даму моделі арқылы тұрақтылық, бейбітшілік пен келісімнің қаншалықты маңызды екендігін көрсетті. Қазіргі әлемде барлық дамыған мемлекеттер, бұл – біртұтас ұлт. Олар бір экономикалық, саяси және мәдени алгоритммен өмір сүреді, оларды дамудың жалпы мақсаты, тұлғаның табысы, мемлекеттің күшімен, табысымен тығыз байланысты деген бір түсінік біріктіреді. Қазіргі таңда бұқаралық ақпарат құралдарының ұлтаралық және конфессияаралық келісімді дін және мәдениет диалогын, жастарға патриоттық тәрбие қалыптастырудағы ерекше рөлі маңызды.

Енді еліміздің ішкі имиджі мәселесіне тоқталайық. Қазақстандық БАҚ-тың маңызды миссиясының бірі – оқиғаны сауатты бағалап, азаматтықтың мәнін жоғары дәрежеде түсінуге ықпал ету, мемлекеттік құрылыстың табысты тәжірибесін көрсете білу. Бұқаралық ақпарат құралдарының толеранттық, конфессияаралық төзімділік пен өзара құрметті қалыптастыруға ықпал ету деңгейі мен факторларын анықтау қажет.

Президент Н. Назарбаев өзінің еңбектері мен Жолдаулары, Бағдарламаларында мемлекеттік идеологияның негізгі концептілерін айқындады. Елбасы Тәуелсіздікке арналған салтанатты жиында халықтың баға жеткісіз жеті мұрасын атады. Оларға: Мәңгілік ел, халық бірлігі, жергілікті мәдениет және туған тіліміз, индустриялық-инновациялық экономика, жалпыға бір-

дей еңбек қоғамы, еліміздің астанасы – Астана, жаһандық жауапкершілік және бастамалар жатады (Назарбаев Н, 2006). Бұл келісім мен бірліктің қажеттілігін азаматтардың санасына сіңіретін мемлекеттік идеология жүйесі екендігінде дау жоқ.

Мемлекеттік идеология, ұлттық идея, Қазақстанның тарихи даму жолы, тұрақты мемлекет, конфессияаралық және ұлтаралық келісім, дамудың стратегиялық бағыты еліміздің ұлттық идеясы болып табылады.

Демократия мен саяси плюрализмге бейімділік танытатын түрлі шетелдік мемлекеттердің тәжірибесін назарға алсақ, мемлекетпен қатар жалпыұлттық идеялық-рухани құндылықтар әртүрлі әлеуметтік институттарды қалыптастырып, қолдайды. Ал мемлекет тек белгілі бір идеологиялық-насихаттық функцияларды атқарады. Ал Қазақстанда мемлекеттен басқа ешбір институт түрлі факторларға байланысты берілген міндеттерді атқаруға қабілетсіз. Түрлі мемлекеттік ұйымдар мен БАҚ мемлекетке идеологиялық жұмыстар жүргізу барысында идеялық-саяси құндылықтарды бұқараға тек жеткізумен шектеледі. Көптеген бұқаралық ақпарат құралдары аталған функцияны мемлекеттік әлеуметтік және ақпараттық тапсырыстар аясында атқарады.

Соңғы жылдардағы көптеген оқиғалар мәдени-өркениеттік айырмашылықтар мен қазіргі әлемдегі этникааралық қарым-қатынастың күрделілігін көрсетті. Сондықтан журналистер, сарапшылардың қатысуымен болатын әртүрлі форматтағы шараларда мәдениетаралық диалогтың қажеттілігі өсе түсті. Жаһандану мәселесін шешудегі БАҚ-тың ақпараттық саясатының идеялық өзегі гуманизм және демократизм болуы керек.

Бүгінде қоғамның мүдделері мен қажеттіліктері саяси, экономикалық, әлеуметтік, бизнес және қызметтің өзге де түрлерімен тығыз байланысты. Мұндай жағдайда табыстың маңызды факторы PR-коммуникациялар мен ақпарат болады. PR әлеуметтік-коммуникативтік технология ретінде мемлекеттік басқарудың қажетті әрі маңызды функциясына, мекеме мен басқарудың маңызды стратегиялық элементіне айналды. Тәуелсіздік таңы атқалы бері Қазақстан мемлекеттің сыртқы имиджі концепциясын қолға алды. Осы орайда мемлекеттік PR-дың қажеттілігі артады. PR-үдерістер мемлекеттік бағдарламалардың тиімді жүзеге асуына ықпал етеді. Ұлттық бағдарламаларды PR-қолдау мемлекеттік басқару жүйесіндегі ақпараттық саясатпен тығыз байланысты. Ақпараттық

қолдау билік пен қоғамның өзара қызметіне ықпал етуші маңызды факторлардың бірі.

Ақпараттық PR-қолдаудың қолданылуы мемлекеттік басқару мен жергілікті өзін-өзі басқарудың тиімділігін, экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда, оның шаруашылықтың әлемдік жүйесімен ықпалдасу мүмкіндігін арттыруда маңызды рөл атқарады. Ақпараттық PR-қолдаудың нәтижесі азаматтардың еркін ақпарат іздеу, өндіру және тарату, алу және ақпарат беру құқығын қамтамасыз ету барысында демократияның дамуында құқықтық, ұйымдастырушылық және технологиялық жағдай жасаудан көрінеді (Пашенцев Е.Н.) (Пашенцев Е.Н., 2000). Елдік имиджді қалыптастырудың, мемлекеттік саясатты ақпараттық қолдаудың күшті құралы бұқаралық ақпарат құралдары. Қазақстандық мемлекеттік идеологияны PR-қолдау коммуникацияның стратегиялық, жүйелік және ықпалдастық жаңа деңгейіне шығуы тиіс. Қоғамның дамуындағы әлеуметтік-экономикалық және саяси өткір қарама-қайшылықтарды бірге шешу үшін азаматтарды, азаматтық қоғамның өкілдерін, коммерциялық және саяси ұйымдарды тарту үшін ақпараттық салаға ықпал етудегі мемлекеттің мүмкіндігін ескеріп, ұзақ мерзімді сипатқа ие болуы тиіс.

Қазіргі таңдағы жағдайға қарай отырып, мемлекеттік идеяны сапалы PR-қолдау ұлттың саяси біліміне, патриоттық көңіл-күйіне байланысты екендігін айтуға болады. Мәселен, АҚШ-тың президенті мен саяси басым бағыттары өзгерсе де, мемлекеттік ақпараттық саясаты өзгермейді. Ақпараттық саясатының мақсаты бұрынғыша ақпараттық инфрақұрылымдардың дамуындағы ақпараттың маңыздылығын сақтау, халықаралық қоғамдық пікірге ықпал етіп, өзге елге үлгі ретінде «америкалық өмір сүру салты» құндылығын тарату болып қалады. Қазақстан Республикасы мемлекеттілігінің даму жылдары бүтіндей дәуірге тең. Осы күрделі әрі мақтаныш сезіміне толы жылдары қазақстандықтар қазақ халқының тәуелсіздік туралы көп ғасырлық арманын жүзеге асырды. Әлем Қазақстанды әлеуеті жоғары, жауапкершілігі зор және сенімді, өркениетті ел ретінде таныды.

«Геосаяси дағдарыс жағдайында Елбасы Жолдауларында жаңа экономикалық саясат, индустриялық, энергетикалық және әлеуметтік инфрақұрылымдарды, шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту, халық белсенділігін арттыру сияқты жаһандық міндеттер қойылды» (Стрельцов А.А., 2009). Елдің жағымды образын қалыптастыру қазақстандық қоғамды жаңғыр-

тудағы негізгі міндет. Бұл бірнеше жағдайлармен байланысты. Ең алдымен, мемлекет образы – бұл күрделі әрі жан-жақты феномен. Оның дамуына көптеген факторлар ықпал етеді. Мемлекет образы бұл азаматтардың билікпен, сондай-ақ мемлекетпен саяси, әлеуметтік, мәдени қарым-қатынасы. Екіншіден, Қазақстан – жас мемлекет. Үшіншіден, Қазақстан Республикасының жағымды образын қалыптастыру сыртқы саяси аспектілерімен қатар, ішкі саяси мәселелер де бар.

«Қазақстанның ұлттық мүдделерін өрлету үшін республика көп бағытты сыртқы саясатты жүзеге асыру керек. Қазақстан барлық үдемелі халықаралық бастамаларды қолдап, жаһандық қауіпсіздікке өзінің үлесін қосу керек. Қазіргі кезде азаматтар нақты әрі сенімді ақпарат алу үшін түрлі дереккөздерді пайдаланып, сарапшылардың пікірлерін талдай білуі, әртүрлі ақпарат көздеріне сүйеніп, өз пікірін ой елегінен өткізе білуі, белсенді өмірлік позициясы болуы керек. Егер саяси жағдайды сараптайтын болсақ, келесідей қорытындыға келуге болады: елдің имиджін қалыптастырудағы басты нәрсе бұл елдің ақпараттық-коммуникативтік кеңістігіндегі позициялануы» (Назарбаев Н.Ә., 2015). Елбасы Н. Назарбаев мемлекеттің ұлттық саясатының негізгі принциптерін қалыптастырды: Қазақстан халқының бірлігі, толеранттық және жауапкершілік, этникалық, конфессионалдық, мәдени және тілдік көптүрлілік. Идеология елімізге өзінің құрылуының барлық кезеңінде қажет, себебі ол елдің әлемдік сахнада танылуына ықпал етеді.

Бүгінде Қазақстанда билік, қоғам және БАҚ арасында жаңа қарым-қатынас орнату, құндылықтарды қайта бағалау үдерісі жүрде. Қазақстан осы орайда әлемдік ақпараттық қоғамдастыққа ықпалдасу және демократияландыру жолымен жүрсе азаматтық қоғамның институттары қалыптаса бастайды.

Ғылыми-техникалық және өнеркәсіптік әлеуеті дамыған, мәдени-ағартушылық деңгейі жоғары қоғамда PR-коммуникациялар да тиімді болады. Дамыған мемлекеттегі PR-технологиялар саяси, әлеуметтік, экономикалық және мәдени позициялардың күшеюіне мүмкіндік береді, әлемдік қоғамдастыққа жаһандық ақпараттық бақылау жасауға жол ашады. Идеологиялық бағыттағы ақпараттық қолдау алдын ала жоспарланады. Қандай аудиторияға қай уақытта ықпал ету қажеттілігі, ақпараттық сала мен қоғамдық пікірге ықпал ететін БАҚ мүмкіндігі ескеріліп, жүйелі, ұзақ мерзімді стратегия жасалады.

Елбасы сананы жаңғыртудың бүтіндей білім мәдениеті; Қазақстанның революциялық қоғаммен бірге әрбір қазақстандыққа тиесілі емес, эволюциялық дамуы; сананың ашықтығы. бірнеше бағытын ұсынды: бәсекеге қабілеттілік; Прагматизм; ұлттық бірегейлікті сақтау; Журналистердің осы бағдарламаға қатысты өз міндеттері мен миссиясын түсінуі маңызды.

### Әдебиеттер

- Вылегжанин Д.А. (2008) Введение в политическую имиджеологию. – М.: Изд-во «Флинта». – 136 с.
- Гравер А.А. (2012) Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник Томского гос-го ун-та. №3 (19).
- Гринберг Т.Э. (2006) Политические технологии: PR и реклама. – М.: Аспект-Пресс. – 317 с.
- Дүйсен К. (2018) Әлемнің назары – Қазақстанда: шетелдік БАҚ көзімен // Айқын. 22 қаңтар. – 7 б.
- Политическое имиджеология (2006) / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. – М.: Аспект Пресс. – 400 с.
- Назарбаев Н. (2006) Казахстанский путь. – Караганда: Арко. С.б.
- Назарбаев Н.А. (2015) «Казахстан – 2050»: цели, вызовы, новая экономическая и молодежная политика: [Электронный ресурс].
- Негизбаева М.О., Дудинова Е.И., Шыңғысова Н.Т. (2017) Казахстанский путь: научный анализ стратегии, интегративной миссии и методов информационно-поддержки. – Алматы: Қазақ университеті. – 126 с.
- Назаров М.М. (2000) Массовая коммуникация в современном мире. – М.: УРСС.
- Пашенцев Е.Н. (2000) Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики // Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом. – 2-е изд. – М.: Финпресс.
- Почепцов Г.Г. (2004) Имиджеология. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер.
- Стрельцов А.А. (2009) Государственная информационная политика: основы теории. – М.: МЦНМО. – С.47
- Чеботарев А. (2013) Система идеологической работы в Казахстане: особенности и механизмы // Казахстан в глобальных процессах. Научное издание. – №1 (35).
- Шестопал Е.Б. (2008) Образы государств, нации и лидеров. – М.: Аспект Пресс.
- Шишкина М.А. (2002) Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., Изд-во Паллада-медиа СЗРЦ Русич.

### References

- Chebotarev A. Sistema ideologicheskoy raboty v Kazahstane: osobennosti i mehanizmy // Kazahstan v global'nyh processah. Nauchnoe izdanie. [System of ideological work in Kazakhstan: features and mechanisms// Kazakhstan in global processes. Scientific publication.] – 2013. №1 (35).
- Duisen K., Alemnin nazary – Kazahstanda: sheteldik BAK kozimen. [The attention of the world - in Kazakhstan: through the eyes of foreign mass media] // Aikyn. 22 January, 2018. – 7 p.
- Graver A.A. Obraz, imidzh i brend strany: ponjatija i napravlenija issledovaniya // Vestnik Tomskogo gos-go un-ta. - 2012. - №3 (19). [Image and brand of the country: concepts and directions of research // Magazine of Tomsk State University]
- Grinberg T.E. Politicheskije tehnologii: PR i reklama. [Political technologies: PR and advertising] M.: Aspekt-Press, 2006. – 317 p.
- Nazarbaev N. Kazahstanski put' [The Kazakhstan way]. Karaganda: Arko, 2006. S.6.
- Nazarbaev N.A. «Kazahstan – 2050»: celi, vyzovy, novaja jekonomicheskaja i molodezhnaja politika: [JElektronnyj resurs] [“Kazahstan - 2050”: goals, challenges, new economic and youth policy: [Electronic resource]]. – 2015.
- Nazarov M.M. Massovaja kommunikacija v sovremennom mire. [Mass communication in the modern world] M.: URSS. 2000.
- Negizbaeva M.O., Dudinova E.I., Shyngysova N.T. Kazahstanskij put': nauchnyj analiz strategii, integrativnoj missii i metodov informacionnoj podderzhki. [Kazakhstan way: scientific analysis of strategy, integrative mission and methods of information support] Almaty: Kazak universiteti, 2017. – 126 p.
- Pashencev E.N. Pablik rileyshnz: ot biznesa do politiki (Public relations: from business to politics) // Marketing i menedzhment v Rossii i za rubezhom. [Public Relations: From Business to Politics // Marketing and Management in Russia and Abroad]– 2-nd izd.-M.: Izd.: Finpress. – 2000.
- Politicheskoe imidzheologija / [Political imageology] Pod.red. A.A. Derkacha, E.B. Perelyginoy i dr. M.: Aspekt Press, 2006. – 400 p.
- Pochepcov G.G. Imidzheologija. [Political imageology] M.: Refl-buk, K.: Vakler, 2004.
- Strel'cov A.A. Gosudarstvennaja informacionnaja politika: osnovy teorii. [State information policy: the basis of the theory.]– M.: MCNMO. – 2009. –47 p.
- Shestopal E.B. Obrazy gosudarstv, nacji i liderov. [Images of states, nations and leaders] – M.: Aspekt Press, 2008.
- Shishkina M.A. Pablik rileyshnz v sisteme social'nogo upravlenija. [Public relations in the system of social management] SPb., Izd-vo Pallada-media SZRC Rusich, 2002.
- Vylegzhanin D.A. Vvedenie v politicheskiju imidzheologiju. [Introduction to Political Imageology] M.: Izd-vo «Flinta», 2008. – 136 p.