

т.д) Очень большую роль выхода на рынок труда играет мотивация самих студентов, сформированная реалистичная оценка собственных возможностей относительно трудоустройства. Успех в достижении цели трудоустроиться определяется разными факторами, среди которых мотивация трудиться, качество профессиональных навыков, личностные качества такие как исполнительность, пунктуальность и ответственность.

Список литературы:

1. Сафиуллина Ф.Р. Материальное положение студентов и мотивы трудовой занятости: социологический анализ//Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2013. – Т. 13, вып. 4. – С. 52–54.

2. Попов А. Мультикультурный фактор и рейтинги вузов: что влечет в Татарстан студентов всего мира? URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/otkuda-v-tatarstan-priezzayut-studenty-5851500> (Дата обращения 25.01.2024).

3. Доклад директора ГКУ «Центр занятости населения г. Казани» Т.Ф. Муллина на аппаратном совещании 10 июля 2023 года. URL: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/doklady-s-dp/o-situatsii-na-rynke-truda-kazani-po-itogam-polugodiya-2023-goda/> (Дата обращения 25.01.2024).

Кошечкина П.

магистрант кафедры политологии и социологии,
Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, Казахстан
E-mail: polinakoshevaja@mail.ru

Научный руководитель: ассоциированный профессор
Валитова З.Х.

ОСНОВНЫЕ ВЕКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ОБРАЗА СОВРЕМЕННОГО КАЗАХСТАНА

В современную эпоху формирование положительного и эффективного образа государства становится приоритетом стратегического позиционирования и конкурентоспособности многих стран. Это связано с тем, что выгодный образ привлекает инвестиции, способствует развитию туризма, культуры, образования и других сфер общественной жизни того или иного государства. Это, в свою очередь, дает возможность повышения уровня жизни населения страны, развития экономики, тем самым определяя роль государства на мировой арене.

Мировая практика показывает, что имидж и репутация государства играет важную роль в продвижении национальных и региональных проектов, а также в установлении деловых отношений. Кроме того,

репутация страны влияет на международную политику и отношения между государствами. Этим определяется повышенный интерес к вопросу изучения проблем формирования имиджа и позитивного образа страны и, в целом, актуальность рассматриваемой темы.

Несмотря на то, что в современной науке понятия «имидж» и «образ» часто используются в разных контекстах [1, с.32], здесь мы будем исходить из того, что они во многом пересекаются в своем значении. В данной работе мы рассмотрим некоторые вопросы, связанные с формированием имиджа (образа) нашего государства.

Известный американский ученый Роберт Джервис отмечал, что «имидж государства может быть главным фактором, определяющим, насколько легко государство может достичь своих целей. Желанный образ часто может быть полезнее, чем значительное увеличение военной и экономической мощи» [2]. В этом смысле становится вполне понятным цель любого государства, которая будет направлена на построение нужного имиджа.

Формирование имиджа (образа) страны, безусловно, сложный процесс, требующий согласованных усилий правительства, бизнес-сектора и общественности. Процесс формирования образа страны опирается на многочисленные факторы и разнообразные элементы, которые составляют основу, влияющую на восприятие и внешнее представление страны на мировой арене. Успешная стратегия обычно включает в себя широкий спектр мероприятий, начиная от маркетинговых кампаний и мероприятий до реформ в области образования, культуры и экономики и других сфер.

С начала приобретения независимости, Казахстан начал активно формировать и настраивать свою внешнюю политику, вступая в конструктивное взаимодействие с многочисленными странами и усиливая свое присутствие и узнаваемость на глобальной арене. Это достижение обусловлено осуществлением многовекторной, прагматичной и активной внешней политики. Эта стратегия нацелена на реализацию национальных интересов и укрепление позиций страны в мировом сообществе.

Сегодня мы с уверенностью говорим о том, что Казахстан является активным участником различных международных организаций и форумов, включая Организацию Объединенных Наций, Организацию по безопасности и сотрудничеству в Европе, Шанхайскую Организацию Сотрудничества, Евразийское экономическое сообщество, Организацию Договора о коллективной безопасности, а также многие другие.

В контексте формирования нового экономического курса и нового этапа государственного развития, возникают новые и более сложные требования к укреплению и позиционированию Казахстана на мировой

арене. Эти вызовы предполагают активные шаги со стороны страны в определении ее места и роли в новом мировом порядке. Среди таких действенных шагов можно выделить направление в формировании культурного узнавания нашей страны.

Культурный брендинг Казахстана начал развиваться в 2003 году с запуска государственной программы «Культурное наследие». Программа была разделена на три этапа и включала в себя цели, такие как воссоздание архитектурных памятников, создание современной национальной культуры, обобщение опыта национальной литературы и письменности, развитие образования и научной мысли [3].

Наиболее значимые культурные бренды, созданные в результате этой программы и других усилий, включают:

1. **Город Астана:** Столица Казахстана, Астана, стала культурным брендом благодаря своей архитектуре и разнообразию стилей, особенно постмодернистскому. Здания получили уникальные названия, что способствовало формированию образа города.

2. **Профессиональная велокоманда Astana:** Команда Astana в мире велоспорта стала спортивным брендом Казахстана, привлекая внимание к стране через достижения велосипедистов, таких как Александр Винокуров.

3. **Азиада – зимняя спортивная олимпиада:** Проведение Азиады в Казахстане стало значимым культурным и спортивным событием, создавая образ страны в глазах мирового сообщества.

4. **Съезд лидеров мировых и традиционных религий:** Регулярно проводимое мероприятие стало брендовым, культурным и экономическим событием, укрепляя место Казахстана на мировой арене.

5. **Институт Ассамблея народов Казахстана:** Модель казахстанского единства, подчеркивающая идеи толерантности, единства и дружбы народов мира.

Все эти инициативы содействовали формированию национального образа Казахстана через создание культурных брендов, которые отражают богатство и разнообразие истории, традиций и достижений страны.

В рамках новой внешнеполитической стратегии акцент делается на формировании позитивного образа Казахстана. Эта стратегия призвана стать ключевым инструментом для создания привлекательного облика страны, особенно для граждан Центральной Азии. Стремление создать позитивный имидж страны на мировой арене направлено на укрепление ее влияния и позиции в глобальных масштабах.

Сегодня Казахстан, нацеленный на вхождение в число 30 ведущих стран мира, выделяется рядом конкурентных преимуществ, способных эффективно поддержать улучшение образа страны, укрепление ее

позиций на глобальной арене и обеспечение устойчивости экономического развития. **Эти факторы включают:**

– **Географическое положение:** Расположенный в центре регионального рынка с более чем 500 миллионами потребителей и по размерам сравнимый с Западной Европой, Казахстан обладает стратегическим преимуществом, создающим потенциал для расширения внешнеэкономических связей.

– **Инфраструктурное развитие:** С благоприятными условиями для экономического роста, обеспеченными быстрым развитием инфраструктуры и значительными инвестициями в транспортную сеть, страна содействует развитию своей экономики и улучшению мирового образа. В этом направлении в 2009 году в Казахстане был запущен масштабный проект строительства международной автомагистрали «Западная Европа – Западный Китай», представляющей собой ключевую часть «Новой евразийской транспортной инициативы» (NELTI), которая была одобрена в 2005 году. Этот амбициозный проект направлен на установление международных автомобильных связей и создание транспортного коридора, соединяющего Пекин с Берлином, пролегающего через границу Казахстана в пункте Бахты.

План включает в себя строительство автодорожных мостов, комплексов для обслуживания дорог, остановочных площадок, скотопрогонов, а также сервисных объектов для удобства водителей и пассажиров. Параллельно с строительством автомагистрали, планируется проведение ремонтных и строительных работ по дорогам в прилегающих районах областей, протянутых вдоль маршрута. Этот проект не только стимулирует международные транспортные связи, но также вносит значительный вклад в развитие инфраструктуры и экономики страны [4].

– **Уникальные природные ресурсы:** Уникальный климат Казахстана становится конкурентным преимуществом, поддерживая разностороннее развитие экологически устойчивых отраслей. В соответствии с программой Правительства Республики Казахстан по развитию туристской индустрии на 2019-2025 год, а также в контексте «**Взгляд в будущее:** модернизация общественного сознания» и программ «Рухани жаңғыру», «Семь граней Великой степи» и «Сакральная география Казахстана», стратегическим направлением для формирования общенационального единства и позитивного образа страны на мировой арене становится популяризация природных объектов и культурно-исторических традиций.

Президент Республики Казахстан, Касым-Жомарт Токаев, в своем Послании подчеркнул важность эколого-этнографического туризма и туристской инфраструктуры как приоритетных направлений в туристической индустрии. Подчеркивается, что особое внимание следует уделять

развитию инфраструктуры, такой как дороги, и подготовке квалифицированных специалистов для улучшения туристического опыта [5].

В рамках проекта «Духовные святыни Казахстана» или «Сакральная география», создается культурно-географический пояс святынь с Национальным музеем в роли центра. Определен список из 100 общенациональных сакральных объектов, включающих природные и культурные памятники. Эти святыни имеют особое значение для казахского народа, служат символами национального единства и являются непреходящими ценностями. Среди них – «священные» горы, пещеры, реки, урочища, древние городища, места битв, и многое другое.

Проект «Сакральный Казахстан» становится ключевым фактором для развития эколого-этнографического туризма, создавая потенциал для привлечения внимания туристов к богатой истории, культуре и природе страны. Этот подход поддерживает стремление Казахстана стать не только территорией геополитического и экономического влияния, но и привлекательным туристическим направлением на мировой арене [5].

– **Сельскохозяйственный потенциал:** С 80% территории, пригодной для сельского хозяйства, и только 40% используемой, Казахстан обладает значительным потенциалом для увеличения продуктивности и устойчивого развития сельского хозяйства, что, безусловно повышает привлекательность страны [6].

– **Международный финансовый центр:** Деятельность Международного финансового центра «Астана» выделяет Казахстан, делая его ключевым финансовым центром для различных регионов, включая Центральную Азию, Кавказ, ЕАЭС, Ближний Восток, Западный Китай, Монголию и Европу. Этот статус способствует укреплению экономических связей и повышению международного восприятия страны [7].

Такие конкурентные преимущества становятся фундаментом для успешного продвижения Казахстана вперед в направлении достижения глобальных целей. Для существенного укрепления позиции Казахстана на мировой арене необходимо формирование отдельной стратегии или концепции, нацеленной на позиционирование и активное продвижение имиджа страны. Этот процесс должен вовлекать широкий круг участников, таких как заинтересованные государственные органы, представителей бизнес-сообщества, экспертов и различных финансовых и международных компаний.

Инициатором и координатором разработки данной стратегии должно выступить Министерство иностранных дел Казахстана, выстраивая тесную взаимосвязь с «Концепцией внешней политики Республики Казахстан» на период с 2020 по 2030 год. Важным аспектом является

активное вовлечение всех заинтересованных сторон в процесс разработки и дальнейшей реализации стратегии, создавая платформу для взаимодействия и обмена идеями между государственными органами, предпринимательским сообществом и экспертами. Этот подход содействует обеспечению сбалансированности и широкой поддержке внутри страны, что, в свою очередь, способствует успешному утверждению имиджа Казахстана на мировой арене.

По мнению казахстанского политолога Д. Сатпаева, современные государства воспринимают себя как активных участников мирового рынка, где их роль сопоставима с продавцами товаров. В свете этого осознания многие страны стремятся активно формировать свой собственный национальный бренд и управлять своей репутацией. Эти усилия направлены на то, чтобы привлечь внимание международной аудитории, будь то потенциальные туристы или инвесторы, что подчеркивает стремление стран к позитивному восприятию на глобальном уровне.

В контексте этой идеи Д. Сатпаева, Казахстан активно включается в работу над своим национальным брендом и репутацией, не отличаясь в этом от других государств. Эти усилия предпринимаются с целью стимулирования потока туристов, привлечения инвестиций и формирования положительного восприятия Казахстана на мировой арене. Таким образом, страны осознают, что управление своим образом является ключевым фактором для достижения глобальных целей и привлечения внимания к своему уникальному «товару» – национальному бренду [8].

Одной из ключевых целей, стоящих за значительными инвестициями в формирование положительного образа страны на мировой арене, является не только укрепление ее политической репутации, но и активное привлечение инвестиций, ставших важным фактором в глобальной экономической конкуренции. Эти инвестиции направлены не только на улучшение общего восприятия страны, но и на настоящую борьбу за привлечение финансовых ресурсов, считающихся стратегическим активом в современном мире. Следует подчеркнуть, что прогнозы и рейтинги, выставляемые международными агентствами, оказывают огромное воздействие на решения инвесторов. Эти агентства, базирующиеся, в частности, в США, завоевали статус неофициальных арбитров в мировой экономике. Положительные оценки способны поддерживать приток инвестиций, повышая общественное доверие к стране и подчеркивая ее экономическую стабильность и перспективы развития. С другой стороны, негативные оценки могут стать преградой для инвесторов, вызывая сомнения в финансовой устойчивости и стабильности страны. Таким образом, инвестиционная

привлекательность формируется в результате взаимодействия политического образа страны и оценок рейтинговых агентств, создавая сложную динамику, которая оказывает влияние на ее экономическое будущее.

В 2022 году Казахстан утвердил Концепцию инвестиционной политики до 2026 года с основной целью улучшения инвестиционного климата в стране. Этот стратегический документ включает меры, направленные на стимулирование экономического роста и обеспечение устойчивого развития. Основные аспекты включают в себя создание благоприятной инвестиционной среды, стимулирование инноваций и технологического развития, развитие частно-государственного партнерства, финансовую поддержку инвестиций, развитие человеческого капитала и обеспечение экологической устойчивости. Концепция представляет собой стратегическую рамку для привлечения инвестиций и обеспечения устойчивого экономического роста в Казахстане [9].

Для дальнейшего развития инвестиционной экосистемы Казахстана важны следующие направления:

- дальнейшее укрепление благоприятной инвестиционной среды, включая оптимизацию торговой логистики и улучшение производственно-сбытовых связей между иностранными инвесторами и отечественными компаниями;
- совершенствование информационно-коммуникационной поддержки, направленной на повышение уровня прозрачности инвестиционной деятельности, предоставление актуальной информации и продвижение положительного инвестиционного имиджа страны;
- медийное освещение инвестиционных мероприятий через участие в различных форумах, выставках и конференциях как внутри страны, так и за её пределами. Также важно обеспечение медийного покрытия инвестиционных инициатив в крупных зарубежных и национальных СМИ.

Эти шаги направлены на формирование благоприятной инвестиционной среды, укрепление инвестиционного имиджа и привлечение внимания международных инвесторов, что в современных условиях является ключевым фактором для успешного развития экономики Казахстана. Поэтому сегодня для нашего государства политика формирования положительного образа Казахстана может стать ключевым элементом его внешней стратегии. Эта политика представляет собой эффективный инструмент, способный создать привлекательный образ страны на мировой арене.

Важно отметить, что успешная реализация подобной политики может привести к укреплению доверия и поддержки со стороны граждан региона, что, в свою очередь, усилит влияние Казахстана прежде всего в Центральной Азии. Также создание позитивного образа на мировой сцене будет способствовать улучшению международной репутации страны, что откроет новые возможности для активного участия в глобальных инициативах и формирования партнерских отношений с другими странами. Таким образом, политика формирования позитивного образа становится стратегически важным инструментом для достижения внешнеполитических целей Казахстана в современном мире.

Список литературы:

1. Образы государств, наций и лидеров/Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008.

2. Jervis R. The Logic of Images in International Relations. Princeton: Princeton University Press, 1970, pp. 277 URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/canadian-journal-of-political-science-revue-canadienne-de-science-politique/article/abs/robert-jervis-the-logic-of-images-in-international-relations-princeton-princeton-university-press-1970-pp-277/ABF27733F36B5CE33480EE25895C1FFF> (Дата обращения 30.01.2024).

3. Государственная программа «Культурное наследие» на 2004-2006 годы. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U040001277> (Дата обращения 30.01.2024).

4. 10 лет исполнилось подписанию документа о создании коридора «Западная Европа – Западный Китай». URL: https://www.inform.kz/ru/10-let-ispolnilos-podpisaniyu-dokumenta-o-sozdanii-koridora-zapadnaya-evropa-zapadnyu-kitay_a3517678 (Дата обращения 31.01.2024).

5. Глава государства принял участие в работе Международного туристического форума «Улытау – 2019». URL: https://www.akorda.kz/ru/events/astana_kazakhstan/participation_in_events/glava-gosudarstva-prinyal-uchastie-v-rabote-mezhdunarodnogo-turisticheskogo-foruma-ulytau-2019 (Дата обращения 31.01.2024).

6. Муминов А. Сельское хозяйство – основа сильной экономики. URL: <https://kapital.kz/economic/77001/sel-skoye-khozyaystvo-osnova-sil-no-y-ekonomiki.html> (Дата обращения 31.01.2024).

7. Международный финансовый центр «Астана». URL: <https://investastana.kz/about-city/aifc/> (Дата обращения 31.01.2024).

8. Брендовая идея. Журнал Forbes Kazakhstan. URL: https://forbes.kz/process/expertise/brendovaya_ideya (Дата обращения 31.01.2024).

9. Об утверждении Концепции инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000482> (Дата обращения 31.01.2024).