



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

6. Нұрғалым К С «Саяси әлеуметтік модернизация жағдайындағы Қазақстан» portal.kazntu.kz/files /publicate/2013-12-09. 1248.pdf.
7. Жылқышиев Н. Бір партиялық жүйеге және жеке басқа табынушылыққа қарсымын // Жас қазақ, - 2008, - 29шілде. б.7.

УДК 63.321.96.(576)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Кинжалинова Жанна Суюндыковна

kinzhalinovazhanna@gmail.com

Магистрант 1 курса специальности «Политология» ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,

Астана, Казахстан

Научный руководитель – Г. Б. Аскеева

Имидж территории – это комплексное представление об определенном регионе, включающее в себя особенности восприятия совокупности множества характеристик этого региона, знания о жизнедеятельности населения, историю развития территории, специфику традиций, уклада, быта и т.д.[1] Как правило, определяющее значение здесь играет информация, которая транслируется в средствах массовой информации. Можно сказать, что территориальный имидж – это совокупность ассоциативных представлений, которые индивид соотносит с той или иной территориальной единицей.

Российские исследователи Киреева С.А. и Кузина К.А. дают характеристику двух основных уровней имиджа территории: внешнего и внутреннего[2].

1. Внутренний имидж – это знания населения, проживающего в регионе, об административной единице. Внутренний имидж формируется в результате реальных знаний и убеждений людей, проживающих в регионе. Такой имидж, как правило, более объективен.

2. Внешний имидж формируется среди людей, которые проживают за пределами субъекта. Это образ территории, сложившийся среди международного сообщества благодаря лидерам мнений, информации в СМИ и интернете, впечатлениям гостей и жителей региона и т.д. Среди основных источников формирования внешнего имиджа субъекта можно выделить позиции территории в международных индексах и рейтингах, крупные международные мероприятия и события, проходящие в регионе, информацию, которую можно найти о регионе в интернете, популярных блогах, средствах массовой информации.

Разработка грамотной стратегии позиционирования территории, продвижение ее имиджа и бренда имеет определяющее значение для страны. Страна, у которой сформирован привлекательный имидж, имеет значительное преимущество на международном политическом и экономическом рынке, повышает узнаваемость среди туристов, имеет возможности для привлечения инвестиций, кадров, ресурсов.

Как правило, разработкой стратегии имиджа страны, реализацией этой стратегии, продвижением имиджа занимается государство. Казахстан здесь не является исключением. Так, основным инициатором имиджевых инициатив в Республике Казахстан является президент Назарбаев Н.А. Он выделил основные аспекты положительного международного имиджа Казахстана:

1. политическая стабильность;
2. дружественные отношения с соседями;
3. развитие рыночной экономики[3].

Продвижение положительного международного имиджа Казахстана – это один из приоритетных вопросов в государственной повестке дня. При этом большое значение здесь играют некоторые определяющие моменты. В частности, это связано с тем, что Казахстан долгое время входил в состав СССР, а значит до сих пор этот факт является активной

ассоциацией, которая влияет на складывающийся бренд государства. Казахстан исторически связан с Россией, и, вследствие этого, образ бывшей сверхдержавы все еще имеет существенное значение при формировании впечатления о стране. Именно поэтому в рамках формирования имиджа страны важно сохранить и подчеркнуть уникальный набор национальных ценностей и интересов, особенности протекающих внутри страны процессов, этнические и культурные традиции казахстанцев. Особенно актуальным этот вопрос является в рамках реализации программы «Рухани жаңғыру».

Бураканова Г.М. в работе «Международный имидж Республики Казахстан» выделяет приоритетные направления для формирования успешного и эффективного внешнего имиджа Казахстана. Среди них:

1. актуализация исторической основы имиджа Казахстана;
2. повышение содержательности образа страны, т.е. наполнение информационного пространства соответствующим контентом;
3. проведение эффективной внешней политики;
4. создание эффективной системы информационной защиты;
5. активизация общественной деятельности за рубежом[4].

На сегодняшний день Казахстан активно работает над созданием и поддержанием успешного международного имиджа. Среди важных аспектов этой работы можно выделить множество масштабных событий и мероприятий национального и международного уровня, прошедших на территории Республики Казахстан.

Так, одним из эффективных направлений можно назвать спортивный брендинг Казахстана. Например, в 2011 году в Казахстане прошли VII Зимние Азиатские игры. Это стало важным событием для страны, так как благодаря ему увеличилось количество зарубежных туристов и гостей. В 2017 году в Алматы прошла Зимняя Универсиада, что также способствовало повышению международного имиджа Казахстана, особенно среди молодежи.

Помимо спортивных событий спортивный брендинг включает в себя важные победы титулованных спортсменов из Казахстана на международных соревнованиях и состязаниях. Так, многие зарубежные страны знают Казахстан именно благодаря достижениям таких спортсменов как Геннадий Головкин, Марат Жыланбаев, Александр Винокуров, Илья Ильин.

В рамках расширения международных, политических, экономических, культурных и научных связей большое значение имеет проведение всемирных выставок, в частности, ЭКСПО-2017. Проведение выставки такого масштаба всегда является престижным событием для страны-организатора. Оно оказывает существенное влияние на политический имидж государства, его экономическое развитие, а также способствует интеграции в мировое экономическое пространство.

Так, главный научный сотрудник Казахстанского института стратегических исследований (KAZISS) при Президенте РК Ирина Черных в одной из своих работ подчеркивает, что международная выставка ЭКСПО-2017 оказала положительное влияние на формирование внешнего имиджа Казахстана и имела кумулятивный эффект для развития Казахстана и его столицы. По мнению эксперта, проведение выставки - это успешная имиджевая стратегия, которая обеспечила повышение узнаваемости Казахстана в мире[5].

Среди основных направлений работы руководства страны над повышением имиджа страны можно также назвать внешнеполитическую деятельность. Сегодня на мировой арене Казахстан демонстрирует активную дипломатическую работу, стремление к предотвращению угроз и агрессивных настроений в международном политическом пространстве.

В рамках этого направления также ведется активная работа. В 2003 году Астана стала инициатором съезда лидеров мировых и традиционных религий. Помимо этого в Астане не раз проводился саммит Шанхайской организации сотрудничества. В 2017 году в Астане прошло еще одно не менее важное событие – мирные переговоры относительно войны в Сирии, или Астанинский процесс[6].

Еще одно приоритетное направление в рамках продвижения имиджа Казахстана – экономическая привлекательность страны. Так, в марте 2018 года столица Казахстана вошла в топ-10 финансовых центров в Восточной Европе и Центральной Азии. Это связано с началом работы Международного финансового центра «Астана». Теперь Астана входит в рейтинг глобальных экономических центров наряду с такими городами как Лондон, Нью-Йорк, Токио, Дубай, Шанхай и Абу-Даби. Это событие имеет большое значение для дальнейшего активного развития экономического потенциала страны, повышению узнаваемости столицы на международном уровне.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что в Казахстане на сегодняшний момент реализуется продуманная и планомерная деятельность по созданию и продвижению положительного внешнего имиджа государства. Эта работа охватывает основные элементы и отрасли жизнедеятельности Казахстана, подчеркивая положительные стороны и создавая благоприятный бренд страны.

Список использованных источников и литературы

1. Трофименко Е.Ю. Имидж региона, как составляющая маркетинга территорий // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, № 1, 2015, С. 238-239.
2. Киреева С.А., Кузина К.А. Имидж региона: теоретический аспект // Вестник Астраханского государственного технического университета, № 1, 2007, С. 233.
3. Улаков С.Н., Сунгатоллақызы Д. Создание имиджа и бренда страны как фактор развития туризма в Казахстане // Актуальные проблемы современной экономической науки: Материалы IV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Омск. 2016. С. 351-352.
4. Бураканова Г.М. Международный имидж Республики Казахстан // Вестник экспертного совета, №1, 2017, С. 74.
5. Черных И. ЭКСПО-2017: формирование позитивного имиджа Казахстана [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kisi.kz/ru/categories/aktual-nye-kommentarii/posts/ekspo-2017-formirovanie-pozitivnogo-imidzha-kazahstana>.
6. Дерендяева А.Д. Использование стратегии «soft power» при формировании имиджа столицы Республики Казахстан — Астаны // Дневник АШПИ, № 33, 2017, С. 128.

УДК 32.019.51

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ СМИ НА РОССИЙСКУЮ ПОЛИТИКУ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Курпатова Мария Алексеевна

kurpatova1997@mail.ru

Студент Кемеровского государственного университета,

Кемерово, Россия

Научный руководитель – Е. Матвеева

В современном мире поступает огромное количество информации, которая по-разному воспринимается людьми. Посредником между человеком и окружающим его миром выступают средства массовой информации (СМИ). СМИ умело манипулирует сознанием людей, так как масс-медиа имеет много методов и приемов воздействия на социум. На данный момент времени, каждый человек ежедневно получает большой поток информации, посредником которого является СМИ, что может непосредственно сказаться на общественном мнении. На реакцию адресанта влияет тот факт, что общество порой не может распознать, где таится правда, а где ложь и провокация в большом количестве информации.

В настоящее время в период завершения предвыборной президентской компании 2018г. в России процесс усиления влияния западных СМИ на Россию достиг своего пика,