

ономасиологияға сүйенсек, сардар сөзі – амбициялы, харизмаға тұнып тұрған, жауапкершілікті мойнына арта білетін азаматтарға қойылатын есім екен. Дәл сол негізде тәуелсіздік алғаннан кейінгі аралықта сырт елдерге барып, мәдениетімізді, елімізді танытып жатқан майталмандар көп болғанмен де, ата-жұрттың салты мен тіліне өзгелерді ғашық етіп, оны үйренуге құмартып, «Халық артисі» номинациясынан бұрын, алғашқы болып, ғаламға «Халықаралық артист» деп танылған Димаш Құдайбергеновке сай сыйпаттама деп тандалды.

#### Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Словарь по имиджелогии; Аналитика и феноменология имиджа
2. Савельева О.О. Социология рекламного воздействия. (Диссертация и автореферат по ВАК РФ 22.00.08). <https://www.dissercat.com/content/sotsiologiya-reklamnogo-vozdeistviya> (Қаралым күні 27.04.2024)
3. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Гелла-Принт, 2006.- 576с
4. Тұржан О. Имиджелогия. Астана., 2019. – 177 б.
5. Одержимый: рукотворный имидж Майкла Джексона - <https://michaeljackson.ru/%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D0%BB-%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BE%D0%BD-%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D1%8B%D0%B9/> (Қаралған күні: 1.04.2024)
6. Тұржан О. Димаш / эссе. Астана.: «Гласир», 2017. – 268 бет.

### «АСТАНА» БРЕНДИНІҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ: ДИЗАЙН ЖӘНЕ ВИЗУАЛДЫ КОНЦЕПЦИЯ

Егізбай Айданай Махмудқызы

[e\\_aidanay@mail.ru](mailto:e_aidanay@mail.ru)

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті  
«Қоғаммен байланыс» мамандығының II курс магистранты  
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – ф.ғ.к, доцент С. Дүйсенғазы

**Аннотация:** Мақалада Астана брендинің бірегей даму тарихы зерттеледі, визуалды дизайны мен концепциясына баса назар аударылады. Қала дизайнындағы визуалды элементтердің Астананың әлемдік қала ретінде танылуы мен имиджін қалыптастырудың негізгі құралына айналғанын көрсетеді.

Бұл мақала дизайн мен көрнекі тұжырымдаманы қала мен елді әлемдік аренада ілгерілетуде қалай пайдалануға болатынын және басқа да мегаполистер мен ұлттық брендтер үшін Астананың тәжірибесінен қандай сабақ алуға болатынын түсінуге мүмкіндік береді.

**Кілт сөздер:** Астана, бренд, имидж, дизайн, визуалды концепция, қала бренді.

#### Кіріспе

Әрбір қала инвестиция, туризм және мәдени орталыққа айналу үшін ерекшеленуге, назар аудартуға және өзінің бірегейлігін көрсетуге тырысады.

Қазіргі уақытта қалаларды брендтеу инвестициялар мен туристерді тартудың, сонымен қатар әлемдік аренада оң имидж қалыптастырудың маңызды құралына айналды.

Қазақстанның елордасы Астана дизайн мен визуалды концепцияның қала мен елдің қабылдауына қалбылдауына қалай әсер ететіндігінің үлгісі болды.

1997 жылдан бері Астана тек қана Қазақстанның әкімшілік орталығы ғана емес, әлемдік аренада Қазақстанның имиджін қалыптастырушы маңызды құралдардың біріне айналып, айтарлықтай эволюциядан өтті. Бұл эволюция қала брендин қалыптастыруда дизайн мен визуалды концепцияны белсенді қолданбай мүмкін болмады.

Астана – Қазақстанның мәдени мұрасы мен дамуға деген ұмтылысын бейнелейтін символдық орталық.

### **Визуалды концепцияның мәні**

Қалаларды брендтеудегі визуалды концепция – қала құндылықтары мен мәдени мұрасын, дамуға ұмтылыстарын көрсететін айдентикасын қалыптастыру мақсатында қаланың визуалды элементтерін, дизайнын және архитектуралық ерекшеліктерін жасайтын ерекше көзқарас. Бұл концепция графикалық дизайнды, архитектуралық жобаларды, түстер палитрасын және символизмді қамтиды. Бұл элементтер қала туралы визуалды әсер қалдыруға көмектеседі.

Визуалды концепция туралы Ф. Котлер мен Р.Э. Шонс мынадай анықтама берген: «Визуалды концепция – қалаларды сәтті брендтеудің негізгі элементі. Бұл қаланың рухы мен сипатын, оның мәдени мұрасы мен амбициясын бейнелейтін графикалық элементтерді жасауды қамтиды. Сауатты жасалған визуалды тұжырымдама қаланың бірегей сәйкестігі мен танылуын қалыптастыруға ықпал етеді» [1].

Сонымен қатар «Қалалық брендтер: қала имиджін басқару» еңбегінде визуалды концепция туралы тұжырымдай келе: «бұл элементтерге логотиптер, таңбалар, түстер палитрасы және архитектуралық ерекшеліктер кіруі мүмкін, олар танылатын көріністі қалыптастырады және жағымды визуалды әсер қалдырады» делінген [2].

Қалаларды брендтеу контексінде визуалды концепция мынадай мағыналарға ие:

1. Танымалдық. Визуалды концепция қаланың танымал болуына көмектеседі. Бұл қаланы бренд ретінде оңай тануға мүмкіндік беретін бірегей графикалық элементтерді, логотиптерді, символдарды және архитектуралық мүмкіндіктерді жасауды қамтиды.

2. Құндылықтар туралы хабарлаушы құралы. Визуалды концепция қала құндылықтары туралы хабардар етеді. Түстер палитрасы, рәміздер мен дизайн қаланың бірегейлігін көрсету үшін оның мәдени және тарихи аспектілеріне сәйкес келуі керек.

3. Инвестициялар мен туристерді тарту. Сәтті визуалды концепция инвестициялар мен туристерді тарта алады. Эстетикалық жағымды және тартымды қала жағымды әсер қалдырады және экономикалық дамуды ынталандырады.

4. Инновация. Визуалды концепция заманауи дизайн шешімдері мен технологияларды қамтуы мүмкін. Бұл қаланың дамуға деген ұмтылысына баса назар аудартады.

5. Мәдени тамырларды сақтау. Визуалды концепцияның маңызды бөлігі қаланың мәдени тамыры мен дәстүрлермен байланысын сақтау болуы мүмкін. Бұл мәдени мұраны сақтауға көмектеседі.

Нәтижесінде, визуалды концепция – қаланың келбеті мен имиджін қалыптастырудың қуатты құралы, бұл өз кезегінде оның дамуына, тартымдылығына және өмір сүруге, жұмыс істеуге, келуге арналған орын ретінде табысты брендингке ықпал етеді.

### **Астананың архитектуралық бейнесі**

Астананың архитектуралық бейнесі – Қазақстанның елордасын заманауи және инновациялық қала ретінде брендтеу мен ілгерілетудің маңызды элементі. Астананы визуализациялау архитектура мен дизайнның әр түрлі аспектілерін қамтиды, олар қаланы ерекшелендіреді.

Архитектуралық жобалар Астананың визуалды бірегейлігін қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

Бұл туралы Қазақстанның тұңғыш Президенті Н.Ә. Назарбаев «Еуразия жүрегінде» еңбегінде «Бүгін біздің жаңа елордамыз Астана құрылыс пен сәулет саласындағы алуан түрлі көзқарастарды бойына жинақтады» дейді [3].

«Бәйтерек» пен «Хан Шатыр» сияқты символдық ғимараттар қаланың иконасына ғана емес, Қазақстанның символына да айналды.

«Міне, жапырағын жайып тас шынардай жарқырап Бәйтерек тұр. Күн нұрымен шағылысып, төңірегіне жарық сәуле шашқан алып шарды – өмір мен мейірім символын әлемге паш етіп тұр» [3, 53].

Қазақ шатырларын еске түсіретін Хан Шатыр қаланың мәдениет пен дәстүрмен байланысын көрсетеді.

Бейбітшілік және келісім сарайы – Астананың мәдени өмірінің орталығы.

Ақорда деген атауға ие болған Президенттің ресми резиденциясы. Бұл туралы «Көк түсті күмбезбен көмкерілген көрікті ғимарат өзінің классикалық сұлулығымен атам заманғы айбынды сарайларды еске түсіреді және дүние жүзіндегі президент резиденцияларының ең көркем «ондығына» еркін енеді» делінген [4].

Роза Бағланова атындағы «Қазақконцерт» концерт залы. Сыртқы сұлбасы енді ашылып келе жатқан дала гүлін елестетеді.

«Нұр-Астана», «Әзірет Сұлтан» мешіттері мен Астана қаласының бас мешіті – Қазақстанның маңызды архитектуралық және діни жетістігін білдіреді. Сенушілер тарапынан да, өңірдің заманауи сәулеті мен мәдениетіне қызығушылық танытатын адамдардың да назарын аудартуда.

#### **Символизм және түстер**

«Астана» брендінің символикасы мынадай элементтерден тұрады:

Астана қаласының логотипі. Қаланың символдық мұнарасы – Бәйтерек монументін қамтиды. Латын қаріптерімен жазылған «Астана» атауымен сүйемелденеді.

Бәйтерек – Астананың символы және қала брендімен байланысты логотиптер мен дизайн-материалдарға енгізіледі. Бұл символ дамумен, жаңа биіктерге ұмтылумен және тәуелсіздікпен байланысты.

Түстер. Астана қаласының ресми түстеріне көк және ақ түстер кіреді. Көк түс аспанмен, сумен, тазалықпен байланысты, ал ақ түс жарық пен қазіргі заманды білдіреді. Бұл түстер Қазақстанның ұлттық бейнесін де көрсете алады.

#### **Қазіргі заманғы тенденциялар мен инновациялар**

Қазіргі Астана дизайн мен визуалды концепцияда инновацияларды белсенді пайдаланады. Интерактивті дисплейлер, сандық ақпараттық жүйелер, мобильді қосымшалар және басқа да заманауи технологиялар тұрғындар мен келушілерді ақпарттандырады. Бұл инновациялар Астананың қазіргі заманы мен технологиялық прогресін көрсетіп, оны өңірдегі жетекші қалалардың біріне айналдырады.

#### **Мәдени тамырларды сақтау**

«Астана» брендінің визуалды концепциясында мәдени тамырларды сақтау қаланың бірегейлігі мен мәдени мұрасын көрсетуде және қолдауда маңызды рөл атқарады. Бұл Астананың визуалды концепциясында былай көрініс табады:

Ұлттық ою-өрнектерді пайдалану. Қала логотипі мен дизайнына дәстүрлі қазақ ою-өрнектерін енгізу. Бұл брендтің ұлттық сипатын беретін сәндік элементтердің сипаты бола алады.

Архитектуралық ерекшеліктер. Ғимарат дизайнында қазақ мәдениетіне тән архитектуралық стильдерді пайдалану.

«Ақорда күмбездіндегі алтын қыран, Қазақ елі монументінің басындағы киелі Самұрық құс, дәстүрлі қазақ үйінің сұлбасын еске түсіретін Тәуелсіздік сарайы және көне

аңызға арқау болған Бәйтерек – Астананың осы және басқа да көптеген көрікті жерлері ұлттық мифологиямен, халықтың тарихи жадымен тығыз байланысты» [4].

Сонымен қатар «Қазақ елі» монументін мысалға келтіруге болады. «Ұшар басына жеңімпаз Самұрық құс келіп қонған, көкке ұмтылған маңғаз мұнара Қазақстанның бүгінгі келбеті мен ертеңгі күнін бейнелейді. Осынау ғаламат кешен қазақ жазирасының кеңдігінен, ұшы-қиыры жоқ дала тұрғындарының дарқандығынан хабар береді. Қазақ елі монументінің негізінде қазіргі заманғы Қазақстан тарихының жарқын беттерін ашатын айшықты бедер жатыр» [4, 190].

Ұлттық түстер. Логотиптер, баннерлер және басқа да дизайн материалдары Қазақстанның ұлттық түстері – көк және сары түстерді қамтиды.

Бұл мысалдар қаланың мәдени тамыры мен бірегейлігін сақтауға және көрсетуге көмектеседі. Бұл өз кезеңінде жерлікті тұрғындармен байланысты күшейтеді және қаланы инвесторлар мен туристер үшін тартымды етеді.

### **Қорытынды**

Визуалды концепция Астана брендінің эволюциясында шешуші рөл атқарады. Бұл қаланың мәдени тамырлары мен дамуға деген ұмытылысын көрсете отырып, оның танымал келбетін жасауға көмектеседі.

Өткен мен болашақ арасындағы мұндай үйлесімділік Астананы ерекшелендіреді.

Бұл қала – Қазақстанның астанасы ғана емес, өзін әлемге мақтанышпен танытатын қазіргі заманның, инновацияның және мәдени мұраның символы.

### **Әдебиеттер тізімі**

1. Котлер Ф., Шонс Р.Э. Управление брендом города: Стратегии брендинга для устойчивых городов и регионов. М.: Вильямс, 2008.
2. Котлер Ф., Хаасен Д., Скумпард И., Виноградов В. Городские бренды: Управление имиджем городов. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
3. Назарбаев Н.Ә. Еуразия жүрегінде. Алматы: Атамұра, 2005. – 192 б.
4. Назарбаев Н.Ә. Тәуелсіздік дәуірі. Астана, 2017. – 508 б.

ӘОЖ 070.13

## **АНАЛИТИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕОРИЯ МЕН ПАЙДАЛАНУ АЯСЫ**

### **Жұртыбекова Шырын Батырбекқызы**

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің

2 курс студенті,

Ғылыми жетекшісі – аға оқытушы Алғалиева Г.С.

**Аңдатпа:** Мақалада «аналитикалық журналистика» ұғымына кеңінен түсіндірілме беріліп, оның қолдану аясы анықталады. Аналитикалық журналистиканың негізгі ерекшеліктері көрсетіліп, аналитик-журналист таныстырылады. Аналитикалық журналистиканың маңыздылығы дәлелденіп, оның жанрлары қарастырылады. Сонымен қатар, аналитикалық журналистикада сақталуы тиіс шарттар қатарына : нақты мақсат пен болжам, аргументтердің нақтылығы, ғылыми әдістердің қолданылуы, дереккөздердің айқындығы, контенттік өңделу, пайдалану аясы көрсетіліп, әр ұғымға жеке түсініктеме көрсетіледі. Әлемдік БАҚ пен отандық БАҚ салыстырылып, ұсыныс беріледі.