

Таким образом, начало XX века в экономической жизни Тургайского уезда характеризовались структурным изменением скотоводства, развитием всех форм торговли, прогрессивным развитием горнодобывающей промышленности и предприятий по первичной переработке сельскохозяйственной продукции.

Список использованной литературы:

1. *Обзоры Тургайской области за 1914 год.- Оренбург, 1915. С.31.*
2. *Общий хозяйственный очерк Тургайского уезда // Известия ИРГО- Оренбург, 1911. С.142.*
3. *Тургайские областные ведомости. 13.08.1911.*
4. *Тургайская газета. 27.07.1902. № 172. /4/.*
5. *ЦГА РК Ф.25, Оп.1, Д.1529, Лл.5, 68, 99, Л.178; Обзоры тургайской области за 1911 год и за 1914 год.- Оренбург, 1912, 1915. Ведомости.*
6. *Обзоры Тургайской области за 1911 год.- Оренбург, 1912. С.30.*
7. *Обзоры Тургайской области за 1904 год.- Оренбург. 1905. С; Тургайские областные ведомости. 11.08.1907. №32 /2/.*
8. *Корреспонденция (Из г. Тургая). // Тургайская газета. 01. 01. 1902. № 1. /3/.*

Мақалада жәрмеңке саудасы және оның арқасында Торғайдың сауда орталығына айналуы сөз болады. Қаланың және жалпы Торғай уезінің өлкенің экономикалық орталығына айналуының ұтымды жақтарымен қатар келеңсіз көріністері де көрсетілген.

This article deals with the development of trade in Torgay region at the end of the beginning of the XX century.

The author pays the certain attention to the development of such a kind of trade as "yarmarkas". Yarmarkas were held in Torgay town and were the basis of the social-economic development of that region.

The features positive and negative type of that kind of trade were reflected in this article.

ӘОЖ 327:127(574)

Базарова Б.

М.Өтемісов атындағы БҚМУ магистранты

МЕМЛЕКЕТ ИМИДЖІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мемлекет дамуы дүниежүзілік кеңістіктің өзгеруімен тығыз байланыста болады. Қазіргі таңда мемлекеттің «тынысы» үздіксіз халықаралық үрдістермен қолма-қол жүргендіктен, билік басындағылардың шешімдері оларды ескерумен жүзеге асырылады. Яғни, жаһандық халықаралық саяси және экономикалық

катынастар жағдайында, ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету, суверенитет пен территориалдық тұтастығын сақтау, халықаралық аренада экономикалық және саяси позицияларын нығайту, тең құқылы және өзара пайдалы ынтамақтастықты дамыту міндеттері қазіргі дүниежүзілік қатынастардың даму ерекшелігіне орай, экономикалық, саяси, әлеуметтік және т.б үрдістердің трансформациялануы нәтижесінде мемлекеттер позициясына әсер етуіне байланысты көңіл бөлуді қажетсінеді. Инвестициялық сенімсіздіктің пайда болуы, мемлекеттің ішкі және сыртқы қарыздың өсуі, әлемде алдыңғы қатардан қалуы, жоғары даярланған мамандардың шетелден шығуы, ғылыми зерттеулерді қажет ететін өндірістердің дағдарысы, сыртқы тәуелділіктің өсуі – бұның бәрі мемлекет ішіндегі жүйенің дағдарысы мен ұлттық даму моделінің жүзеге аспауынан орын алатын үрдістер. Осының бәрі мемлекеттің имиджіне әсер етіп, ал ол өз алдына оның ішкі және сыртқы дамуына кері әсерін тигізеді [1,331-332]. Осы себептен мемлекет имиджін қалыптастырудың маңызы өте зор. Мемлекет имиджін қалыптастыруда ең маңызды рөлді билік органдары атқарады. Қазақстан Республикасында бұл процесте аймақтық мемлекеттік органдарынан бастап, Сыртқы Істер министрлігіне дейін барлық органдар қатысады. Себебі, мемлекет имиджін Елтаңба, мәдени ерекшеліктер, экономикалық даму, саясат жүргізу стилі, тіпті біздің өмір салтымыз да айқындайды. Сондықтан, мемлекет имиджі - ол бір ғана орган немесе бөлім жұмысының нәтижесі емес, тұтастай мемлекеттің «ағза» ретінде дамуының көрсеткіші.

Мемлекет имиджі (бейнесі) – бұл әлем құрылысының жүйесі ретінде мемлекеттіліктің эволюциялық даму процесінде қалыптасқан мемлекеттік жүйенің өзара байланысқан объективті көрсеткіштерінің (экономикалық, географиялық, ұлттық, демографиялық және т.б) ұштасуы мен олардың өзара байланысу тиімділігі әлеуметтік-экономикалық, қоғамдық-саяси, ұлттық-діни және басқа процестерді анықтайды делінсе, оның құрылымын мына элементтерге бөліп қарастырады [1,333]:

- демократия имиджі;
- билік имиджі;
- экономика имиджі;
- Қарулы Күштер имиджі;
- сыртқы саяси имидж;
- ақпараттық саясат имиджі.

Демократия имиджі деп мемлекеттегі демократия механизмдерінің жұмыс істеу принциптері жөнінде халықта қалыптасқан образды айтады. Халықтың мемлекет таңдаған даму жолына сенімсіздік білдіруі - мемлекет жөнінде ешбір түсінік қалыптаспағандықтан, не болмаса демократияға сенімсіздікпен қараған жағдайда туындайды. Ішкі имидж имидждің бір бөлігі ретінде маңызы өте зор. Оны азаматтардың тұрғылықты елдің қатынасына да жатқызуға болады. Азаматтардың туған жеріне деген қатынасы тікелей елдің имиджін анықтайды. Егер азаматта елдегі насихаттап жатқан идеалдарға ешбір қызығушылығы болмаса, ол өз елінде белгілі бір әдет ретінде өмір сүріп, не болмаса белгілі жағдай себебінен тұрады да, оның тарапынан ешқашанда қоғам үшін үлесін қосу ниеті байқалмайды.

Екіншісі, билік имиджіне келетін болсақ, ол - халықтың билік құзыреттілігі жөнінде қалыптасатын бейне. Бұнда халық пен билік арасында қатынастардың қалыптасуы мен билік өкілдерінің кейбір тұлғаларының имиджін қалай бағалайтынын анықтайды. Биліктің имиджі оның беріп отырған уәделері мен жүзеге асыруымен тығыз байланыста болады. Егер берілген уәделерімен қолма-қол жүрсе имидж оң болады, ал қайшы келсе теріс нәтиже береді.

Үшіншісі, басты аспектілерінің бірі ретінде бұл экономика саласындағы жүргізілетін саясат жөнінде халық санасында қалыптасатын имидж. Халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін, сонымен қатар мемлекеттің дұрыс функциялаудың кепілі - экономиканың тұрақты дамуы болып табылады. Мысалы, Қазақстанда 90 жылдардағы орын алған дағдарыс және жүргізілген экономикалық саясат нәтижесінде дағдарыстан шығуы Президент пен үкіметке деген сенімі артып, оның дәлелі ретінде Елбасын президенттік сайлауда қайта таңдауы бола алады.

Төртіншісі, мемлекеттің ішкі имиджінің тағы бір компоненті – халықтың қауіпсіздік мәселелеріне қалыптасатын пікірі. Жоғары айтып кеткен экономикадан басқа қауіпсіздік мәселелері де соңғы орында емес. Халықаралық қатынастардың акторы ретінде мемлекет қорғануға қабілетті болуы керек. Бұл тек қана соғыс қаупі ғана емес, сонымен қатар жаңа заманның үрейлері – терроризм, наркотраффик сияқты феномендер де жатады. Осы себептен елдің қарулы потенциалы жөнінде имиджін қалыптастыру себебі туындайды. 1991 ж. Тәуелсіздік алғаннан кейін Қазақстан арсеналында 1216 континентаралық баллистикалық ракета мен стратегиялық бомбардирлеуге арналған ядерлік қордан тұратын массалық жою қаруының иесі болды. Қазақстанның ядерлік

карудан бас тартуы алғашқы жылдары түрлі дискуссияларға әкеліп, сырттағы жауға үрей туғызу ретінде сақтап қалу мәселері де талқыланып жатты. Дегенмен, Қазақстан басшылары дұрыс шешім қабылдап, егерде қазір мемлекеттің «ядерлік держава» статусын қабылдаған жағдайда қандай жауапкершілікті тартатынымыз жөнінде елестету қиын [2,151].

Бесіншісі, мемлекеттің жүзеге асырып отырған сыртқы саясаты имидждің тағы бір компоненті. Мемлекеттің сыртқы стратегиясы – оның негізгі басымдылықтары белгіленген бағыттары деуге болады. Қазақстанның сыртқы стратегиясы көпвекторлы тұжырымдамасына сүйене жүзеге асырылып отыр. Көпвекторлы тұжырымдамасын ҚР Президенті Н.Назарбаев «мемлекетіміздің практикалық қызығушылығын тудыратын және әлем үрдістерінде маңызды рөл атқаратын мемлекеттермен дос және болжайтын арақатынастың дамуы»¹⁸ деп түсіндіреді. Сонымен қатар елде жыл сайынғы Президентіміз Н.Назарбаевтың Президенттік Жолдауында сыртқы саяси байланысымыз бен маңызды өзгерістер жария түрде халыққа жеткізіледі.

Соңғысы, бұл БАҚ – маңызды байланыс арналар, ол арқылы негізгі саяси идеяларды жүзеге асыруға, биліктің бейнесін қалыптастыру, яғни ақпараттық саясатты жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Қазақстан Республикасы ақпараттық нарығында бірқатар тұрақты және күші бар бұқаралық ақпарат құралдары, ақпараттық медиа-холдингтар қалыптасқан. Имидж қалыптастыруында маңызды рөлін БАҚ атқарып отырады. БАҚ арқылы имиджге оң немесе теріс баға беріледі. Дегенмен, БАҚ-тың өзі имидж қалыптастырады, осы имиджге қарап халық жариялап жатқан мемлекеттік оқиғаларға сенімсіздік, ия, керісінше, сенім білдіреді. Қазақстанда БАҚ үлесі 21% мемлекеттік, 79% мемлекеттік емес болып бөлінді. БАҚ-ң электронды саны 63 телекомпания, 40 компания, 142 кабель операторға дейін жетті. Сонымен қатар Қазақстанның интернет-аудиториясы Орталық Азияның ең үлкен аудиториясы 600 мың адам құрайды [2,137]. Осыған қарап, Қазақстанда БАҚ нарығы жоғары дамыған деуге болады. Батыс елдерінде БАҚ-ты төртінші билік деп те атайды. Жариялылықтың арқасында халықта саяси үрдістермен қызығушылығы артып, ол өз алдына саяси сананың дамуына, ал ол саяси өмірге қатысуға даярлығын көрсетеді.

¹⁸ Назарбаев Н.А. Укреплять международные позиции Казахстана// www.president.kz

Қорытындылай келе, мемлекет бейнесі – сыртқы әлеммен арақатынаста, оның субъектілерінің әрекеттері нәтижесінде әлем қауымдастығында қалыптасатын, мемлекет беделін анықтайтын негіз деген шешімге келсек, осы негізді шынайы имидж қалыптастыру арқасында қол жеткізуге болады.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Галумов Э.А. Основы PR. М.: Летопись XXI, 2004. – 360 с.
2. Казахстан сегодня: монография/ под общ.ред. Б.К. Султанова. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2009. – 416 с.

В статье рассматривается феномен политического имиджа страны и его основные элементы.

In this article are disclosed phenomenon of political image and it's constituent parts.