

«... что миру говорит поэт»

Ко времени очередного юбилея отечественная интеллигенция с полным правом может утверждать, что духовное наследие Абая вот уже больше столетия как активно включено в творческий и научный оборот. Но по сей день в изучении феномена личности Абая акцент направлен преимущественно на значительные этапы его биографии.

В последние годы, ознаменованные как эпоха глобализации, тенденция к стиранию национальных и культурных границ, сопровождается поиском национальной идентичности, и, как следствие, выстраиванием странового имиджа. Казахстан с момента обретения Независимости как относительно молодое государство следует стратегии создания и продвижения собственного бренда, используя аналоговые практики мировых PR-технологий и разрабатывая отечественные уникальные приемы.

Развитие любой страны оценивают по образцам её культуры, литературы и духовного наследия.

Почему именно личность Абая положена в основу построения нового бренда страны?

Абай Құнанбайұлы – великий поэт казахского народа, философ-гуманист, композитор, ювелирный мастер художественного слова, мыслитель, общественный деятель, основоположник казахской письменной литературы и ее первый классик, реформатор культуры в духе сближения с русской и европейской культурой на основе просвещенного либерального ислама - именно он заключает в своей личности ценности национальной идентичности.

По образному выражению Мурата Мухтаровича Ауэзова - нашего соотечественника и современника, «Абай – это «альпийская величина», которую нужно постигать, и мы в начале пути».

Выступая в роли авторитетного эксперта, М.М. Ауэзов афористически емко обозначает вехи на историческом пути казахского народа: «Железный век, пришедший на смену бронзовому, положил начало конно-кочевой цивилизации, сыгравшей грандиозную роль в истории человечества. В 17 веке начался закат этой цивилизации. В 19 веке стало понятно, что наступают тяжелейшие времена, воспринимаемые поэтами течения «зар-заман» как акыр заман (апокалипсис). Каждый чувствовал приближение трагического финала. Это очень хорошо почувствовал Абай и выбрал единственно верный путь спасения через просвещение. Ведь такой же народ, как мы, – джунгары исчезли, ушли «в небо». Казахский народ ждала такая же участь, если бы не

Абай. В трагичное и тяжелое время он нашел выход. Судьбой было предназначено, чтобы народ, культура, его традиции не умерли».

Прекрасно понимая, что просвещение – единственно правильный выход, Абай подошел к этому вопросу предельно мобилизовано, овладевал знаниями Востока и Запада, воспитал поколение деятелей Алаш Орды, своих последователей. «В это тяжелое время, которое в истории обозначено, как «Зар заман», Абай смог создать систему противостояния и не дать народу погибнуть. Ученики Абая - Ахмет Байтурсынов, Мыржакып Дулатов, Магжан Жумабаев, все они позже оснастились знаниями поэтов, писателей и народ. Его влияние нашло яркое воплощение в творчестве Мухтара Ауэзова.

И вот на очередном витке истории, когда перед страной встал ряд масштабных задач, потребовалась «новая оценка роли Абая». Масштабная роль Абая в контексте событий, которыми живет страна, по мнению Мурата Ауэзова, очень своевременна».

Здесь очень внимательно рассмотрим, как «работает» образ Абая, раскроем сам механизм брендинга в продвижении имиджа нашего государства. В 2009 году известный культуролог и общественный деятель Герольд Бельгер сделал весьма категоричное заявление: «Абай куда современной, чем многие сегодняшние казахстанцы».

Итак: «*что* миру говорит поэт» на сегодняшнем «курултае»?

Или: *что* мы способны услышать, а *что* предстоит «прочитать», как говорится в правительственных кругах, «в первом чтении»!

Г. Бельгер предлагает «нашим депутатам, министрам, которые сидят высоко», чаще «цитировать» Абая, ведь «каждое его обличие, о кудай-ау (о боже), как будто написаны для сегодняшнего дня». Заповеди Абая не теряют своей актуальности. «Люби все человечество» – великая мудрость, призывающая к миру во всем мире. Казахстанцы, позиционируя личность великого просветителя брендом нового Казахстана, как культурный капитал нации, решают «вопрос трансляции культурных кодов казахов в современном мире, в формировании Казахстана своего лица и образа в международном сообществе.

Язык бренда несет в себе эмоциональный заряд, эмоциональный образ и, одновременно, служит инструментом для моделирования собственных культурологических и национальных представлений. Процесс брендинга помогает понять, кто наши конкуренты, кто наши целевые аудитории, какие сообщения и каналы коммуникаций необходимы для эффективного воздействия на них, для борьбы с негативными стереотипами и для возвращения позитивных восприятий.

Создание ресурсной базы в стране позволяет говорить о реальных возможностях создания позитивного имиджа Казахстана и, соответст-

венно, о повышении узнаваемости в мире и доверии казахстанскому обществу. Нужно было перестроить всю экономику, трансформировать политическое устройство, войти в мировое сообщество на правах его равноправного участника.

Закономерно рассматривать комплекс мероприятий, развернувшийся накануне 175-летия национального акына с позиции странового брендинга.

Начать надо с самого факта размещения информации о крупномасштабных событиях в преддверии и во время празднования юбилея на всех медиаплощадках и интернет-ресурсах. Организация специальных мероприятий такого масштаба подчеркивает значимость для современных казахстанцев заветов национального акына. Другая причина: продвижение через фигуру Абая нравственных приоритетов сегодняшней государственной политики.

Для представления общей картины и направления я постаралась сгруппировать и классифицировать мероприятия.

Первая группа представляет форумы - международные площадки для обсуждения насущных проблем мировой цивилизации:

Международные конференции «Наследие Абая и мировая духовность» (г. Семей) и «Абай и проблемы модернизации сознания»;

Международный научный симпозиум под эгидой ЮНЕСКО, ТЮРКСОЙ и ИСЕСКО «Аль-Фараби и мировая цивилизация» (г. Нур-Султан).

Казахстан стал инициатором Международного десятилетия сближения культур (2013-2022 гг.) в рамках Организации Объединённых Наций. По инициативе Елбасы, в г. Алматы создан Международный центр сближения культур под эгидой ЮНЕСКО.

Для всех, получивших эту информацию, становится очевидным, во-первых, республиканский статус проводимых акций и форумов и, во-вторых, вовлеченность международного сообщества в роли участника-партнера.

Вторую группу составляют инициативы Казахстана, представленные и обоснованные государственными политическими деятелями. Эти инициативы по масштабу их реализации можно разделить на республиканский и международный уровни.

Республиканский: разработка стратегического национального проекта «Культурное наследие»; общереспубликанский план по подготовке и проведению юбилея; официальная церемония открытия юбилея Великого Абая; создание центра аль-Фараби в КазНУ; музеефикация Государственного историко-культурного и литературно-мемориального музея-заповедника Абая «Жидебай-Борили»; проведе-

ние научно-реставрационных работ на объектах историко - культурного наследия; создание цикла документальных фильмов об ученом (КазНУ совместно с медиакомпаниями Голландии и Турции); разработка, внедрение и презентация в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке модели университета нового поколения - Университет 4.0. (КазНУ совместно с Альянсом цивилизаций ООН на основе идеи аль-Фараби о добродетельном обществе и концепции «al-Farabi University Smart City») и др.

Международный:

- проекты ЮНЕСКО: 1) поощрение культурно-гуманитарного взаимодействия стран вдоль Шёлкового пути; 2) провозглашение 14 января Всемирным днём логики как важной научной дисциплины, в развитие которой большой вклад внёс Аль-Фараби;

- поддержка инициативы Казахстан, члена ООН по вопросам образования, науки и культуры о включении в Реестр документального наследия «Память мира» имен юбиляров года.

- 40-я Генеральная конференция ЮНЕСКО (Париж); резолюция о включении в международный календарь памятных дат 1150-летия великого ученого и философа средневекового Востока Абу Насра Аль-Фараби;

- согласно коллективному решению, 193 государства-члены Организации, Секретариат ЮНЕСКО примут участие в праздновании указанных юбилеев;

- мероприятия в музее Кембриджского университета;

- постановка оперы «Абай» в Большом театре в Москве.

Третий подход к организации юбилейных мероприятий учитывает характер их наполнения:

- общественно-значимые: проведение опросов среди клиентов и лидеров мнений про творческое наследие поэта (проект ForteBanka);

- культурно-просветительские: арт-фестиваль, ярмарки ремесленников, соревнования по национальным играм и праздничные концерты (Туркестанская область);

- научные форумы среди учебных и культурно-просветительских заведений;

- медийные проекты.

Четвертый уровень классификации соответствует классике PR-продвижения - собственно популяризации наследия юбиляра - в том числе популяризации нравственных ориентиров через массовое вовлечение молодежи - выделяются мероприятия:

- фестивали, биеннале, инсталляции, перформансы и иные креативные мероприятия;

- арт-фестиваль, ярмарки ремесленников, соревнования по национальным играм, концерты;
- брендбуки с единой символикой юбилеев.
- открытые уроки, конкурсы изложений и выразительного чтения произведений Абая;
- организация Всенародного диктанта «Великий Абай – в сердце народа»;
- организация переводов трактатов средневекового мыслителя на государственный и другие языки;
- разработка обучающих материалов для учебных заведений, а также научных и учебных изданий по философии, истории философии, восточной философии на казахском языке;

Пятый резюмирующий уровень нацелен на развитие гражданских инициатив: с помощью популярных медиариторических приемов привлечение соответствующих целевых аудиторий:

- поэты, блогеры и медийные личности; флешмоб-челлендж: чтение стихов Абая - поэтическая эстафета: школьница Ляйлим Шамшырак - Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев; глава МОН Асхат Аймагамбетов, министр культуры и спорта Актоты Раимкулова и известный казахстанский певец Димашу Кудайбергенов (новость распространена по всем интернет-ресурсам); хештеги в соцсетях: о проекте к 175-летию Абая Кунанбаева #Abai175 и #AbaiForte; выпуск Forte Bankом «Календаря 2020 года» по мотивам «Қара сөз» Абая Кунанбаева в новом экофрендли-формате: синтез современной визуальной культуры и литературного наследия мыслителя; подключение современных иллюстраторов мира и с участием разработчиков мировых брендов (Disney) и известных звезд спорта и селебрити; выпуск ForteBankом в течение всего 2020 года брендированной продукции (футболки, чехлы для смартфонов, экосумки, канцелярские товары, портативные аккумуляторы и многое другое) с цитатами Абая (тиражирование);

- разработка и реализация street-art-объектов;
- ономастические предложения по наименованию проспектов и улиц городов Казахстана в честь юбиляров;

- установление памятников в Алматы и Туркестане; в Сирии (информация о соглашении между правительствами Казахстана и Сирии о совместном возведении памятников);

- строительство мавзолея и историко-культурного центра Аль-Фараби в Дамаске.

Медиазаявления в разных форматах и на разных публичных площадках и интернет-ресурсах «озвучиваются» официальными предста-

вителями государства, авторитетными политологами и общественными деятелями.

Среди риторических приемов, продуктивных в медиапространстве, отметим следующие:

- риторические формулы-заявления. Например: «Казахстанский челлендж #Abai 175: завоевывает мир»; «Воистину, велик и разнообразен Тюркский Мир!».

- прием многократного повтора, соответствующего в медийном глоссарии принципу тиражирования;

- «со времён прохождения здесь Шёлкового пути и периода расцвета Золотой Орды, наша страна регулярно становилась одним из важных в глобальном масштабе перекрёстков цивилизаций и межкультурного диалога»;

- «принадлежавший благочестивому народу-воину, тюркский разум всегда стремился к познанию окружающего мира»;

- «наш народ славен не только бесчисленными воителями-батырами, грозными и могущественными правителями, но и талантливыми поэтами, и, конечно же, великими учеными, оставившими след в мировой научной мысли».

Страновой брендинг, приобретающий в масштабах человеческой цивилизации преимущественно потребительско-экономическое содержание, выполняет и другую свою миссию, не менее важную. Структурные компоненты бренда связаны с формированием и развитием личности, преобразуясь в системообразующие факторы поведения личности. Бренд формируется и развивается в процессе жизни личности в обществе.

В жизнедеятельностном пространстве личности бренд определяет цели деятельности личности, ее мотивы, ее субъективные отношения к различным сторонам действительности. В процессе развития бренда формируются также определенные привычки, стереотипы поведения, способы взаимодействия с другими людьми - стиль поведения личности в целом. Бренд личности так или иначе проявляется в любом действии, но наиболее полное выражение он находит в поступках.

Этническая идентичность - составная часть социальной идентичности личности, психологическая категория, которая относится к осознанию своей принадлежности к определенной этнической общности.

Национальный характер - это совокупность наиболее устойчивых, характерных для данной национальной общности особенностей восприятия окружающего мира и форм реакций на него. Свойства личности не исчерпываются его культурной и этнической принадлеж-

ностью. Нельзя забывать о внутреннем мире личности, в котором объективные факторы преобразуются различным образом.

С одной стороны, культура формирует тот или иной тип личности, а с другой - личность вносит в культурные нормы, потребности и поведенческие образцы свои требования и интересы.

Наследие Абая включено в текст мировой культуры способно увеличивать коллективное когнитивное пространство. Лирика Абая, основоположника новой казахской литературы и ее первого классика, открыта для европейского мира в контексте странового PR и позиционировании ключевых ценностей национальной идентичности. Философия творческих ориентиров в художественном мире Абая свидетельствует о потребности художника в межкультурном диалоге на современном этапе.

Переосмысление уроков истории касается обостренного сознания художника чувства ответственности себя как личности и как творца:

Наследие Абая посредством постулируемых им ключевых ценностей национальной идентичности «прочитывается» в контексте глобализационных процессов XXI века. Личность всемирно признанного поэта достойно представляет национальный культурный бренд в страновом имидже суверенного Казахстана.

Мировая культурная общественность внимает тому, «...что миру говорит поэт», и этот факт свидетельствует о потребности художника в межкультурном диалоге на современном этапе.