

КОНСТАНТИНСКАЯ

ПРАВДА

Золотой бренд Казахстана

В реалиях современного глобального мира особенно актуально звучат слова Президента республики о необходимости развития туризма как одного из ключевых драйверов экономики.



В Казахстане туризм может стать одной из важных составляющих бюджета страны, и потому разработке соответствующего национального бренда следует уделить максимально большое внимание.

В настоящее время раскрученные и узнаваемые бренды дают возможность продавать продукт намного эффективнее. Пример тому – знаменитые торговые марки, например, Apple, Google, Amazon, Sony, Mercedes... Запоминающийся бренд можно широко рекламировать, распространять, делать повсеместно известным. Так, все в мире знают Эйфелеву башню во Франции, статую Свободы в США, Пизанскую башню в Италии...

Удачный бренд, несомненно, поднимает имидж страны, помогает создавать ее привлекательный образ в сознании потенциальных туристов, побуждает их отправиться в путь.

Бренд должен производить впечатление, формировать устойчивые позитивные ассоциации. Может показаться, что такой символ страны создается только с целью привлечения туристов, однако следует заметить, что он важен также для повышения патриотических чувств граждан.

В настоящее время практика брендинга во многих странах активно развивается. Так, в Монголии установлен гигантский памятник Чингисхану, хотя ряд исторических оценок личности «потрясателя Вселенной» довольно неоднозначен.

Для Казахстана брендом страны, бесспорно, должен стать Золотой человек, уже получивший международную известность. Его образ отражает древнюю историю нашего государства, его богатейшее культурное наследие, он может «рассказать» о сказочной

привлекательности республики, ее несметных природных богатствах и красоте. Золото – драгоценный, благородный и вечный металл – служит символом богатства и власти.

Глава государства в своей статье «Семь граней Великой степи» так пишет о Золотом человеке: «Сенсационным для мировой науки открытием, позволившим по-новому взглянуть на наши истоки, стал найденный в Казахстане в 1969 году в Иссике «Золотой человек», именуемый в кругах ученых-искусствоведов «казахстанским Тутанхамом». Воин поведал нам о многом. Наши предки создавали художественные творения высочайшего уровня, до сих пор поражающие воображение. Искусное золотое обличие воина указывает на уверенное владение древними мастерами техникой обработки золота. Оно также открыло богатую мифологию, отражающую силу и эстетику Степной цивилизации».

Нет сомнений, что нынешнее и будущие поколения казахстанцев должны быть достойными продолжателями-созидателями столь высоких традиций наших прадедов.

Бренд «Золотой человек» ценная казахстанская реликвия. Нужен эталонный образец Золотого человека, которому будут следовать изготовители сувенирной продукции. Возможно, они должны получать специальную лицензию.

Масштабные копии Золотого человека необходимо выставить на центральных площадях Астаны и Алматы, в других городах Казахстана, которые, уверен, произведут колоссальное впечатление на гостей нашей страны. Можно изготовить копии золотых украшений Золотого человека.

Как представляется, в создании на основе образа Золотого человека узнаваемого страноведческого логотипа должны быть вовлечены как национальные туристические ведомства, так и музейные, концертно-музыкальные, гостиничные структуры, заинтересованные в увеличении притока туристов в страну.

Автор: Накипбек Садвакасов, юрист-правовед, публицист
31 Января 2019