

Р. Қуаш* , К. Қабылғазина 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

*e-mail: kaida2020@mail.ru

ҚЫТАЙ МЕРЗІМДІ БАСЫЛЫМДАРЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАН ИМИДЖІ (2018-2022 Ж. «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО» ГАЗЕТИ)

Ғылым мен техниканың дамуына байланысты БАҚ-тың мемлекет имиджін қалыптастыруға әсері артып келеді. Мемлекет имиджі белгілі бір дәрежеде халықаралық БАҚ-тың жаңалықтарындағы елдің бейнесі болып табылады. Қазақстанның жан-жақты мемлекеттік күштерінің нығайымен оның халықаралық деңгейдегі мәртебесі мен беделі арта түсуде. Сәйкесінше, бұқаралық ақпарат құралдары да Қазақстанға көбірек қызығушылық танытуда.

Зерттеу жұмысының мақсаты – Қазақстанның халықаралық имиджін Қытай басылымы негізінде талдай отырып, анықтау. Зерттеу жұмысында «Жэньминь жибао» газетінде соңғы бес жылда жарық көрген Қазақстан туралы жаңалықтардың газеттерде орналасқан секциясы, дереккөздері, көлемі жүйелі жинақталып, талданды. Газетте көрсетілген Қазақстан мен Қытай арасындағы қатынастарға анализ жасала отырып, мемлекет имиджі саясат, экономика, мәдениет және әлеуметтік аспект бойынша төртке бөліп талданды.

Зерттеу жұмысының әдістемесі – «Жэньминь жибао» газетіндегі мақалалар, деректер мен ақпараттарды жинақтап, жүйелі талдау жасау, синтездеу.

Зерттеу жұмысының нәтижесінде «Жэньминь жибао» газетінің Қазақстанға қатысты репортаждары халықаралық жаңалықтар жүйесіне сәйкес келетіні анықталды. Газеттегі жаңалықтар мен қолжазбалардың көздері беделді болып табылады. Қытай БАҚ-ындағы Қазақстанның имиджі «тез өсіп келе жатқан бейбіт держава» ретінде көрінеді. Мемлекетіміздің сыртқы саяси имиджі позитивті, бұл саяси қарым-қатынастарға қолдау білдіруші және жан-жақты стратегиялық әріптес имиджі болып көрінеді. Экономика саласында оң көзқарас білдіріп, мәдениетте алмасуларға үлкен мән беретін оң имиджді көрсетеді.

Зерттеу жұмысының ғылыми-практикалық маңыздылығы – Қазақстан имиджін зерделеу болашақта басқа елдердің Қазақстанды тануда немесе еліміз жайлы ақпараттар алуда дереккөз бола алады. Қазақстан мен Қытайдың бір-бірін түсіну, саясат, экономика және мәдениет сияқты басқа салалардағы ынтымақтастықты нығайтуға көмектеседі, сондай-ақ елдің достығын тереңдетуге және мәдениетаралық алмасуларды ілгерілетуде үлкен практикалық маңызға ие.

Зерттеу жұмысының құндылығы – қытайлық аудиторияның Қазақстан туралы көзқарасын білуге, Қазақстанның мемлекет имиджін нығайтуға және «Бір белдеу – бір жолды» одан әрі ілгерілетуге көмектесу. Осы зерттеу жұмысы еліміздегі мәдениетаралық коммуникацияның дамуына өз септігін тигізеді деп есептейміз.

Түйін сөздер: мерзімді басылымдар, «Жэньминь жибао», Қазақстан, мемлекет имиджі.

R. Kuash*, K. Kabylgazina

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: kaida2020@mail.ru

The image of Kazakhstan in Chinese Periodicals (Based on the analysis of news content in the newspaper «Zhjen'min' Zhibao» From 2018 to 2022)

The proliferation of science and technology has resulted in an amplified impact of the media on the formation of state's image. To some extent, state's image is reflected in the news coverage provided by the international media. As Kazakhstan's comprehensive national strength continues to grow, and its international status continues to improve, the country has garnered increased attention from the foreign media.

The aim of the research is to examine the international image of Kazakhstan by analyzing its portrayal in the abovementioned Chinese newspaper. Through a systematic review and analysis of the content, sources, and volumes of "Zhjen'min' zhibao" coverage over the past five years, this study seeks to categorize Kazakhstan's image in terms of its political, economic, cultural and social aspects, with an emphasis on the state's relationship with China.

Research methodology: collection of articles, data and information from “Zhjen’min’ zhibao”, systematic analysis, synthesis.

According to the research, the Kazakhstan’s image in the Chinese media is that of a «rapidly developing peaceful power» with a positive political image, an image of comprehensive strategic partnership, a positive economic image, and a cultural image that emphasizes cultural exchange.

The research holds significant scientific and practical value as it sheds light on the state image of Kazakhstan, which can serve as a basis for predicting how other nations will perceive the country in the future. It will help Kazakhstan and China strengthen mutual understanding, political, economic, cultural and other areas of cooperation, and it will also be of great practical significance in promoting cultural exchanges and deepening friendship between the two countries.

The value of the research work is to help Chinese audiences understand Kazakhstan, improve Kazakhstan’s image in China and promote cooperative development. Overall, the study is valuable in promoting intercultural communication in Kazakhstan.

Key words: publications, “Zhjen’min’ zhibao”, Kazakhstan, state image.

Р. Куаш*, К. Қабылғазина

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

*e-mail: kaida2020@mail.ru

Имидж Казахстана в периодических изданиях Китая (на основе газеты «Жэньминь Жибао» за 2018-2022 годы)

С развитием науки и технологий средства массовой информации оказывают все большее влияние на формирование имиджа государства. Имидж государства — это также определение государства в новостных сообщениях международных СМИ. По мере укрепления всеобъемлющей национальной мощи Казахстана и постоянного улучшения его международного статуса мировые средства массовой информации уделяют Казахстану пристальное внимание.

Цель исследования — выявление международного имиджа государства Казахстана на основе анализа материалов китайского издания. Исследовательская работа систематически обобщает и анализирует новостные колонки, источники и объемы информации о Казахстане, опубликованные в газете «Жэньминь жибао» за последние пять лет. Анализируя отношения между Казахстаном и Китаем, которые отражены в газете, имидж государства Казахстана делится на четыре аспекта: политический, экономический, культурный и социальный.

Методология исследования — сбор статей, данных и информации в газете «Жэньминь жибао», систематический анализ, обобщение.

В результате исследовательской работы отчет газеты «Жэньминь жибао» соответствует международной системе новостей, а источники новостей и рукописи газеты являются авторитетными и репрезентативными. Государственный имидж Казахстана в китайских СМИ рассматривается как «быстро развивающаяся мирная держава». Политический имидж Казахстана — позитивный имидж, имидж всесторонней поддержки, имидж постоянно улучшающегося стратегического партнера. Экономика Казахстана отражает позитивный экономический имидж и культурный имидж, который придает большое значение культурным обменам.

Научная и практическая значимость данной работы заключаются в том, что исследование государственного имиджа Казахстана средствами одной из самых крупных газет в мире, может дать необходимую информацию о стране и формировать базовые установки, как другие страны будут воспринимать Казахстан в будущем. Это поможет Казахстану и Китаю укрепить взаимопонимание, политическую, экономическую, культурную и другие сферы сотрудничества, а также будет иметь большое практическое значение для содействия дружбе и культурным обменам между двумя странами.

Ценность исследовательской работы заключается в том, чтобы помочь китайской аудитории узнать о Казахстане, повысить имидж казахстанского государства в Китае и способствовать дальнейшему продвижению проекта «Один пояс — один путь». Мы считаем, что эта исследовательская работа внесет свой вклад в развитие межкультурной коммуникации в Казахстане.

Ключевые слова: юбилейные издания, «Жэньминь жибао», Казахстан, имидж государства.

Кіріспе

Қазіргі жаһандану және ақпараттандыру дәуірінде мемлекеттің сыртқы имиджі сол елдің саясатына, дипломатиясына, экономикалық

және әлеуметтік өміріне тікелей әсер етеді. Мемлекеттің оң имиджі халықтың ұлттық мақтанышын көтеруге, ел бірлігінің артуына, сонымен қатар халықаралық аренада жағымды көзқарас қалыптастырып, назар аудартуына көмектеседі.

Осы ретте масс-медиа – мемлекеттің имиджін таныту процесінде маңызды рөл атқаратын байланыс құралының бірі.

Әр елдің өзіндік тарихы, салт-дәстүрі мен мәдениеті жеке дара қалыптасып, басқа елдермен ортақ даму процесінен өтпегендіктен, адамдардың өзге мемлекеттер туралы ойлау дағдылары әртүрлі көзқараста қалыптасады. Яғни, мемлекеттің сыртқы образының қалыптасуына басқа елдердің мәдени ортасы әсер етеді. Қытай – Қазақстанмен шекаралас қана емес, саяси аренада сенімді дос, әріптес мемлекеттердің бірі. «Бір белдеу – бір жол» бағдарламасы екі ел арасындағы экономикалық, сауда, көлік, мәдениет, БАҚ ынтымақтастығының тереңінен дамуына әсер етті.

Материалдар мен әдістер. Зерттеу барысында «мемлекет имиджі» ұғымын ашу мақсатында шетелдік ғалымдардың еңбектері талданды. Зерттеу жұмысына бағыт-бағдар алу мақсатында Чен Вэйдің «Исследование имиджа Казахстана в ведущих СМИ Китая и России» атты магистрлік диссертациясы қарастырылды.

Зерттеу тақырыбы бойынша 2018-2022 жылдар аралығында «Жэньминь жибао» газетінде Қазақстан туралы жарық көрген материалдар алынды. Осы жаңалықтардың газеттерде орналасқан секциясын, дереккөздерін, көлемін жинақтап, талдай отырып Қазақстан туралы жаңалықтардың заңдылығы мен ерекшеліктері зерттелді.

Зерттеу жұмысында жүйелі талдау, компаративтік талдау, индукция, дедукция, синтез әдістері қолданылды.

Әдебиеттерге шолу. «Мемлекет имиджі» терминін алғаш рет американдық саясаттанушы Кеннет Боулдинг 1959 жылы «Мемлекет имиджі және халықаралық жүйелер (National Images and International Systems)» атты еңбегінде пайдаланды. Ол мемлекет имиджіне мынадай анықтама берген: «Мемлекет имиджі – мемлекеттің өзін-өзі тануы және халықаралық жүйенің басқа қатысушыларының оны қабылдауы, ол енгізілген немесе шығарылған мәліметтер сериясының нәтижесі болып табылады» (Boulding K., 1959: 120).

Кеннет Боулдинг аталған еңбегінде зерттеуінің негізгі мәселесі ретінде мемлекет имиджі мен халықаралық саясатты зерттеп, мемлекет имиджінің халықаралық қатынастарға қалай әсер ететінін қарастырды. Кеннет Боулдинг мемлекет имиджі басқа елдердің тиісті сыртқы саясатын қалыптастыруына ықпал ете алады деп есептеген. Оның пікірінше, имидж – мінез-

құлық бірліктерінің когнитивті, эмоционалды және бағалау құрылымын білдіреді (Boulding K., 1959: 120-121).

Роберт Джервис 1970 жылы «Халықаралық қатынастардағы имидж логикасы (The Logic of Images in International Relations)» атты еңбегінде саяси психология тұрғысынан мемлекет имиджі қалыптасуының негізгі себептерін талдап, әртүрлі ұлттық имиджінің шешім қабылдауға әсерін талқылады. Ол мемлекет имиджін елдің өз мақсаттарына жете алатынын және оған қалай жететінін анықтайтын маңызды фактор деп санайды. Яғни, Роберт Джервис «мемлекеттің идеал имиджі әскери немесе экономикалық күштің күшеюінен гөрі елдің ұлттық күшін арттыруға көбірек әсер етеді» деп тұжырымдайды. Сондай-ақ ол елдің сыртқы саясатының тұжырымдамасын жасау кезінде өз мемлекетінің имиджі жайлы зерттеулерінен тәжірибе алу керектігін атап көрсетті.

1986 жылы маусымда «Американдық психологтар» журналында С. Бреттың (Brett Silverstein) «Жаудың бейнесі: Американың Кеңес Одағына деген көзқарасы мен танымының психологиясы» (Enemy Images: The Psychology of U.S. Attitudes and Cognitions Regarding the Soviet Union) атты мақаласы жарияланды. Бұл мақалада автор «жаудың бейнесін» зерттеуге баса назар аударады және АҚШ елінің басқа мемлекеттердің қоғамдық қабылдауын сипаттау кезінде «имидж» сөзін қолданды (Silverstein B., 1989: 905-906).

1990 жылдардың басында АҚШ-тағы Дж. Гарвард университетінің профессоры Джозеф Най «Жетекшілікке шақыру: американдық күштің табиғатындағы өзгерістер (Bound To Lead: the Changing Nature of American Power)» кітабында «жұмсақ күш» теориясын ұсынды. Бұл еңбекте мемлекеттердің бір-біріне ықпал ету, гегемониясын орнату жолында тарихтан бері қалыптасып келе жатқан қатты күш, яғни күш қолдану арқылы басып алу тәсілінің уақыт өте өзгеріп келе жатқанын, алдағы уақытта «жұмсақ күштің», яғни күш қолданбай әр түрлі экономикалық, технологиялық, идеологиялық, мәдени, коммуникациялық тәсілдер арқылы өз дегенін орындату үдерісінің күн тәртібіне шығатыны айтылды (Joseph S.Nye, Jr., 1990: 30-32). Джозеф Най өзінің «жұмсақ күш» доктринасында мемлекеттің беделі жайлы мәселеге назар аударды.

Ал «мемлекет имиджі» ұғымын алғаш рет ресми түрде ХХ ғасырдың 90-жылдарының аяғында

британдық Саймон Анхельт «Брендті басқару» журналында қолданды. Саймон Анхельт өзінің «Бәсекеге қабілетті сәйкестік: елдер, қалалар мен аймақтар үшін жаңа бренд менеджменті (Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions)» атты еңбегінде ұлттың имиджін құрудың шешуші себебі ретінде коммуникацияның алты арнасын ұсынды, олар: туризм, экспорт, басқару, инвестиция және интеграция, мәдениет және мұра, халық (Anholt, S., 2007: 160).

Қытай ғалымы Сун Южунның «Ел имиджінің мәні мен қызметі» атты мақаласында мемлекет имиджі – бұл елдің саяси, әлеуметтік-экономикалық, мәдениет және географиялық тұрғысынан ішкі қоғамдық және сыртқы жұртшылығының аспектілері деп тұжырымдалды. Ол мемлекет имиджін ішкі имидж және халықаралық имидж деп бөліп қарастырды (Сун Южун, 2002: 16).

Мемлекет имиджі көптеген элементтерден тұрады және жан-жақты мемлекеттік күштердің маңызды көрінісі болып табылады. Бұл дегеніміз саясат, экономика, мәдениет, спорт, қарулы күш, ғылым, технология және т.б. аспектілерді қамтитын «егеменді мемлекеттің белгілі бір уақыт кезеңінде әртүрлі күштерінің органикалық жиынтығын» білдіреді (Боголюбова Н.М., 2009: 32-35).

Отандық зерттеушілердің пікірлеріне тоқталатын болсақ, әлеуметтанушы, филолософ Г.Т. Телебаевтің пікірі бойынша: «Имидж – адамның немесе белгілі бір өңірдің келбетін құрайтын объектілер, идеялар, көзқарастар жиынтығы» (Телебаев Г.Т., 2010: 5). Мұрат Насимов «Жаһандық ақпараттық кеңістік шарттарындағы тәуелсіз Қазақстанның имиджін қалыптастыру мәселелері» атты мақаласында «мемлекеттің бейнесін кешенді зерттеу барысында ел имиджін халықтың қабылдау деңгейімен қатарлас қарастырған дұрыс» деп тұжырымдады (Насимов М.Ө., 2010: 6).

Қазақстандық ғалымдардың еңбектерінде ел имиджінің әртүрлі аспектілері талқыланатын бірнеше теориялық жұмыстар бар. Салтанат Жаненова мен Сәуле Иманбаеваның «Kazakhstan's Image in the World: Perception and Reality (Қазақстанның әлемдегі имиджі: қабылдау және шындық)» атты кітабында еліміздің имиджін бұқаралық ақпарат құралдары айтарлықтай дәрежеде қалыптастырды деп тұжырымдайды. Олардың пікірі бойынша, «БАҚ азаматтардың Қазақстанды қабылдауына айтарлықтай әсер

етеді» және «Ұлттық имиджді қалыптастыруда стратегиялық коммуникациялар арқылы бастама көтеруі қажет» деп есептейді. (Janenova S., Imanbayeva S., 2014: 186)

Әсель Тутумлу мен Ержан Жаманбеков «Образ Казахстана в мировом сообществе» атты кітабында «Қазақстанның имиджі бірқатар факторлармен қалыптасады, оған еліміздің тарихын, мәдениетін және саяси жағдайын қамтимыз» деген пікірге тоқталады. Олардың пайымдауынша, Қазақстан өзінің имиджін арттыру үшін елдің бірегей ерекшелігі мен мәдениетін ілгерілетуге баса назар аударуы қажет (Tutumlu A., Zhamanbekov Y., 2019: 324).

Дильбар Гимранова мен Жанар Жанбырбаева «Қазақстанның шетелдегі имиджі: сыртқы саясат пен экономикаға ықпалы» атты кітабында мемлекет имиджі экономика мен саясатқа елеулі әсерін тигізеді деген тұжырымға келді. Олар елдің позитивті имиджі шетелдік инвестицияларды тартуға, сауда қатынастарын жақсартуға және елдің жұмсақ күшін арттыруға көмектесетініне сенеді (Чен Вэй, 2019: 58-59).

Сәуле Әбдірахманова мен Эльмира Дүйсенова «Қазақстан: қазіргі заманғы имидж» атты зерттеу жұмысында Қазақстан имиджінің елдегі модернизациялық күш-жігері аясындағы маңыздылығын талқылайды. Олар позитивті имидж шетелдік инвестицияларды тартуға және елді заманауи және серпінді ел ретінде танытуға көмектеседі деген пікірге келеді (Чен Вэй, 2019: 59-60).

Бақытжан Кикімов пен Ержан Есімов «Шетелдіктердің көзіндегі Қазақстанның бейнесі» атты ғылыми жұмысында Қазақстанды шетелдіктер қалай қабылдайтынына тоқталды. Олар теріс стереотиптерді жою және өзінің табиғи ресурстары мен экономикалық әлеуеті сияқты күшті жақтарын ілгерілету арқылы Қазақстан өз имиджін жақсартуы қажет деп санайды (Жұмахметұлы Е., 2007: 34-38).

Жалпы, қазақстандық ғалымдардың теориялық жұмыстары Қазақстан имиджінің экономикалық және саяси мақсаттарға қол жеткізудегі маңыздылығына тоқталады. Отандық зерттеушілер елдің имиджін арттыру үшін стратегиялық коммуникация және Қазақстанның бірегей ерекшелігі мен мәдениетін ілгерілету қажеттігін атап көрсетеді.

Мемлекет имиджі оның экономикалық күшін, билігін, өркениеттілік пен мәдени даму деңгейін көрсетеді. Мемлекет белгілі бір аумақтық шекаралармен шектелген саяси қауымдастық ретінде

оның имиджі ішкі имидж бен сыртқы имиджге бөлінеді. Ішкі имидж – өзін-өзі бағалауға негізделген, бірақ ұлттық қауымдастықтан тыс ішкі қабылдаудың проекциясы арқылы жүзеге асырылады (бұл азаматтардың өз мемлекеті туралы ойлары). Сыртқы имидж – ұлттық мәдени өрістен тыс қалыптасқан идеяларға бағытталған (сыртқы аудиторияның ел туралы ойлары) (Бураканова Г.М., 2017: 74-76).

Мемлекет имиджі – бұл табиғи элементтерді, материалдық негіздерді, ұлттық жүйелерді және т.б. қамтитын жан-жақты ұғым. Мемлекет имиджі – бұл елдің жан-жақты күші мен ұлттық рухының шоғырланған көрінісі (Buhmann A., 2006: 24-25). Имиджді қолдау үшін белгілі бір «көрінбейтін» күштерді, нақтырақ айтсақ жұмсақ күштерді қажет етеді. Елдің жұмсақ күші үш ресурстан құралады: мәдениет, саяси құндылықтар және сыртқы саясат (Joseph S.Nye, Jr., 2005: 11).

Халықаралық қоғамдастықта «мемлекет имиджі елдің халықаралық танылуын алудың маңызды құралына айналып қана қоймай, сонымен қатар халықаралық бәсекеге қабілеттілікті арттырудағы жетістіктердің біріне айналуға» (Jaffe, Eugene D., Nebenzahl, Israel D., 2001: 168). Сонымен бірге «халықаралық қатынастар тұрғысынан мемлекет имиджі ұлттық мүдделердің іске асырылуына тікелей әсер етеді» (Roth K. P., Diamantopoulos A., 2009: 731). Мемлекет имиджі елдің экономикалық, саяси, дипломатиялық және басқа да салаларында маңызды рөл атқарады, жағымды мемлекет имиджін қалыптастыру елдің дамуына ықпал етудің маңызды тәсілдерінің бірі болып табылады.

Қазіргі таңда БАҚ-тың мемлекет пен қоғамның бөлінбес бөлшегі ретінде ұлттық имиджді қалыптастырудағы рөлі арта түсуде. Ақпарат құралдары әр мемлекеттің тыныс-тіршілігінен, мәдениет, әдебиетінен, тарихынан, салт-дәстүрінен, т.б. хабардар ету үшін жұмыс істейді. БАҚ-тың жұмыс істеу бағыттарына орай, сол елдің, халқының бет-бейнесімен танысып қана қоймай, бүтін бір мемлекет туралы көзқарас қалыптастыруға болады.

«БАҚ – саясат және ұлттық сана, экономикалық және әлеуметтік өмір, тәуелсіздік бағытында жұмыс істей отырып, тәуелсіз республиканың дүниежүзілік қоғамдастық пен нарықтық қарым-қатынастағы жетістіктерін көрсету, халықтың мұң-мұқтажын үкімет тарапына жеткізу, елді әлеуметтік қорғау сияқты т.б. көптеген мәселелерде өзіндік таңба қалдыруы өзекті» (Қабылғазы К., 2012: 12).

Мемлекеттің сыртқы саясаты, экономикасы үнемі БАҚ-тың назарында. Бұл теория ғалым Кәкен Қамзиннің «Баспасөз, телевизия, радио мен интернеттің диффузиялық (сіңісу, таралу) ықпалы саяси және экономикалық ықпалдан анағұрлым күшті болуы қазір заңды құбылыс» деген тұжырымдамасына сәйкес келеді (Қамзин К., 2012: 93).

Ғалымның «Ақпарат – ұлттық мүддені ұлықтау жолымен халықаралық позицияны бекемдеу, экономикалық, әлеуметтік, рухани игіліктерді зәрулендіру арқылы халықаралық кеңістікте мемлекет беделін көтеру» деген пікірімен қоса, «Мемлекет күш-қуаты, оның ішінде әскери күш-қуаты, оның ақпараттық жарактануымен де бағалана бастады» деген пікіріне сүйене отырып, ақпараттық құрылдың мемлекет беделі мен мемлекеттік күштердің көтеруіндегі маңыздылығын дәлелдеуімізге болады. (Қамзин К., 2012: 65).

Нәтижелері және талқылау

«Жэньминь жибао» – Қытай үкіметінің талаптарына сәйкес ақпарат беруші, ҚХР мен әлемдік елдер арасында халықаралық қоғамдық пікір қалыптастырушы, басқа елдердің бұқаралық ақпарат құралдарымен ынтымақтасатын ұлттық деңгейде беделі бар баспа. «Жэньминь жибао» Қытайда үлкен аудиторияға ие, және сол елдің барлық өңіріне таратылады. Күніне шығатын басылымда сыртқы істер мен халықаралық қатынастар туралы репортаждар орта есеппен төрт бетті құрайды. Қытайдағы басқа ірі газеттер мен бұқаралық ақпарат құралдарымен салыстырғанда, «Жэньминь жибао» газетінің басқа елдердің халықаралық қатынастардағы жағдайы туралы жаңалықтары қытайлықтардың көзқарастары мен ұстанымдарының нақты көрінісі болып табылады. Бұл газет Қазақстан мен Қытай 1992 жылы дипломатиялық қарым-қатынас орнатқаннан бері Қазақстан туралы жаңалықтарды үздіксіз жариялап келе жатыр. Бұл зерттеу жұмысы үшін 2018 жылдың 1 қаңтарынан 2022 жылдың 31 желтоқсанына дейінгі уақыт аралығында жарық көрген жаңалықтар таңдап алынды. 2018 жыл екі ел ынтымақтастығы үшін маңызды жылдардың бірі болды. Себебі, осы жылы жаңа Жібек жолы деп есептелген экономикалық белдеудің құрылғанына 5 жыл болған еді. Осы бес жылда екі тараптың бірлескен күш-жігерімен Қазақстан мен Қытай «Бір белдеу – бір жол»

ынтымақтастығы құрылысында жемісті нәтижелерге қол жеткізді. Соңғы бес жылда елімізде жаңа президентті ұлықтау рәсімінен бастап, қазіргі саяси жағдайға дейінгі бірқатар өзгерістерге ұшырады.

Қытайдың негізгі бұқаралық ақпарат құралдарындағы Қазақстанның имиджін зерттеу қытайлық аудиторияның Қазақстан туралы көзқарасын білуге, еліміздің шетелдегі ұлттық имиджін нығайтуға және «Бір белдеу – бір жолды» одан әрі ілгерілетуге көмектеседі. Осы зерттеу жұмысы еліміздегі мәдениетаралық

коммуникацияның дамуына өзіндік әсерін тигізеді деп есептейміз.

Зерттеу жұмысының дереккөзі ретінде «Жэньминь жибао» (1949-2023) графикалық дерекқорының веб-сайты алынды. Бұл сайтта кеңейтілген дерекқор іздеу бөлімінен таңдалған уақытты енгізіп, 2018-2022 жылдар аралығында Қазақстан туралы жазылған 356 жаңалық шықты. Барлық шыққан жаңалықтар жүктеліп, мазмұны қайталанған және талапқа сәйкес келмеген жаңалықтар алынып тасталды. Зерттеу жұмысына барлығы 335 дерек таңдап алынды.

1-кесте – Жаңалықтарға жалпы шолу

Газет секциясы	1) Маңызды жаңалықтар секциясы; 2) Халықаралық жаңалықтар секциясы; 3) Арнайы жаңалықтар секциясы; 4) Мәдениет секциясы; 5) Спорт секциясы; 6) Экономика секциясы; 7) Басқа жаңалықтар секциясы
Жаңалықтар көлемі	1) 500 иероглифтен төмен; 2) 501-1000 иероглиф; 3) 1001 иероглифтен жоғары
Жаңалық дереккөзі	1) «Жэньминь жибао» газетінің журналистері; 2) Синьхуа ақпарат агенттігі
Ақпараттың шыққан аймағы	1) Қазақстан; 2) Бейжің; 3) Қытайдың басқа аймақтары; 4) Басқа елдер
Ақпарат көздері	1) Қытай басшылары мен шенеуніктері; 2) Қазақстан басшылары мен шенеуніктері; 3) Танымал қоғам қайраткерлері; 4) Қарапайым адамдар; 5) Репортерлер

1. «Жэньминь жибао» газетінің Қазақстанға арналған жаңалықтарына жалпы шолу

«Жэньминь жибао» газетінің 2018-2022 жылдарда шыққан шығарылымында Қазақстан туралы жалпы саны 335 жаңалық шыққан.

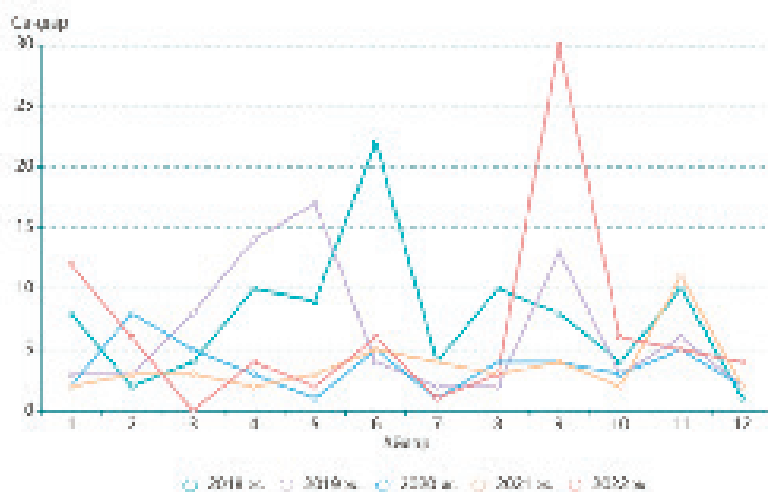
2018 жылы жарияланған жаңалықтар саны 92-ге жеткен, бұл көрсеткіш бес жыл ішіндегі ең жоғары көрсеткіш болып есептеледі. Ал ең аз жарық көрген 43 жаңалық 2020 жылы жарияланған.

2-кесте – 2018-2022 жылдар аралығындағы жаңалықтардың жылдық көрсеткіші

Жыл	2018 ж.	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.
Жаңалық саны	92	77	43	44	79
Пайыз (%)	27%	23%	13%	13%	24%

2020 жылдың басында бүкіл әлемде жаңа коронавирус эпидемиясы өршіп, елдер уақытша «оқшаулануға» мәжбүр болды. Эпидемияның алдын алу шаралары аясында әлеуметтік қашықтықты сақтау сияқты шаралар елдер арасындағы дипломатиялық әдістердің өзгеруіне әкелді. Онлайн алмасу қоғамдық дипломатияны жүзеге асырудың негізгі тәсілдерінің біріне айналды. 2020 және 2021 жылдары Қазақстан мен Қытай басшылары арасындағы қарым-қатынас пен кездесулер телефон қоңыраулары немесе бейнежазбалар арқылы жүзеге асты, сондай-ақ

кездесулердің өту орны онлайн платформалар болды. Соңғы екі жылда екі ел басшылары арасында бетпе-бет кездесулер аз болғандықтан, «Жэньминь жибао» газетінде Қазақстанмен байланысты жаңалықтар саны да айтарлықтай қысқарды. 2022 жылдың басында Қытайда қысқы Олимпиада ойындарының өткізілуіне байланысты Қазақстан Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Қытайға ресми сапармен барып, пандемиядан кейінгі саяси кездесулер маусымы ашылды. Сол себепті 2022 жылғы жаңалықтар саны да өзінің эпидемияға дейінгі санына қайта оралды.



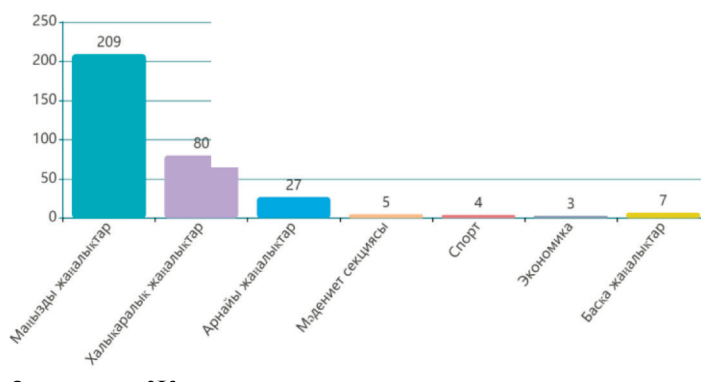
1-сурет – 2018-2022 жылдар аралығындағы жаңалықтардың ай сайынғы таралуы

1-суреттегі деректерді салыстыра келе, алынған жаңалықтардың басым көпшілігінде екі ел басшылары арасындағы ресми іс-сапарлар, маңызды келіссөздер және Қазақстандағы ірі төтенше жағдайларға назар аударылғандығын байқауға болады. Мысалы, 2018 жылы 6 маусымда Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Назарбаев Қытайға мемлекеттік сапармен барып, ШЫҰ-ға мүше мемлекеттер басшылары кеңесінің отырысына қатысты. 2019 жылдың мамыр айында Нұр-Сұлтанда Астана экономикалық форумы және Қытай-Қазақстан жергілікті ынтымақтастық форумы өтті. 2022

жылдың қаңтар және қыркүйек айларында екі ел басшылары арасында ресми іс-сапарлар болды.

1) Жаңалықтардың газет секцияларында орналасуы

«Жэньминь жибао» газетінің 2019 жылғы соңғы басылымына сәйкес, дүйсенбіден жұмаға дейінгі күнделікті шығарылымындағы секция саны 24-тен 20-ға дейін өзгерді; сенбі және жексенбі күндердегі шығарылымындағы секция саны 12-ден 8-ге дейін өзгерді. Газеттің 1-8 секцияларында маңызды жаңалықтар, 9-16 секцияларында жалпы жаңалықтар, ал 17-20 секцияларында – апталық, арнайы және қосымша жаңалықтар жарияланды.



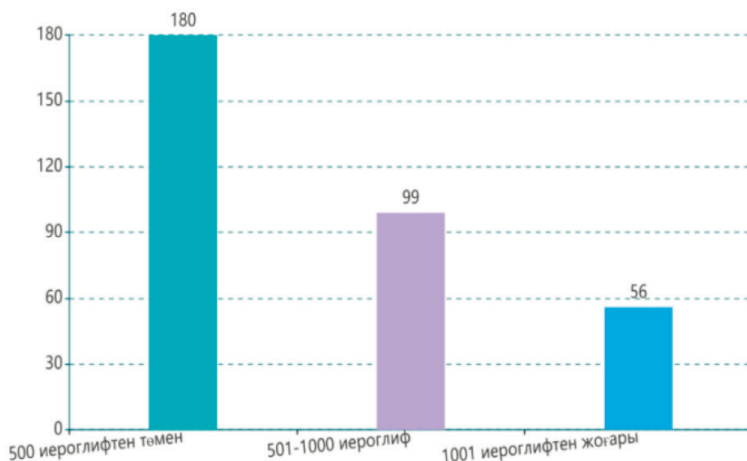
2-сурет – Жаңалықтардың газет секцияларында орналасуы

«Жэньминь жибао» газетіне талдау жасай келе, алғашқы беттерде орналасқан маңызды жаңалықтар секциясы мен халықаралық жаңалықтар секциясы әрқашан басты назарда болғандығын байқауымызға болады. 2-суреттен көріп отырғанымыздай, аталмыш газеттегі жаңалықтардың басым көпшілігі маңызды жаңалықтар секциясында және халықаралық жаңалықтар секциясында орналасқан. 335 жаңалықтың басым көпшілігі (209 жаңалық) маңызды жаңалықтар секциясында жарияланған, бұл жалпы жаңалық санының 62,4% құрайды. Ал халықаралық жаңалықтар секциясында 80

жаңалық жарық көрген, бұл жалпы жаңалық санының 23,9% құрайды. Қалған секцияда шыққан жаңалық саны аз пайызды қамтиды.

2) Жаңалықтардың көлемі

Жаңалық көлемі белгілі бір дәрежеде ақпарат мазмұнының маңыздылығын көрсетеді. Жаңалық көлеміне жаңалық мәтіні мен тақырыбындағы сөз саны кіреді. «Жэньминь жибаодағы» жаңалықтарды талдай келе, жаңалықтардың көлемін 3 санатқа бөліп қарастырдық. 500 иероглифке жетпейтіндерді қысқа көлемді жаңалық, 501-1000 иероглифті қамтитындарды орта көлемді жаңалық, ал 1000 иероглифтен асатындарды ұзақ көлемді жаңалыққа жатқыздық.



3-сурет – 2018-2022 жылдар аралығында шыққан жаңалықтардың көлемі

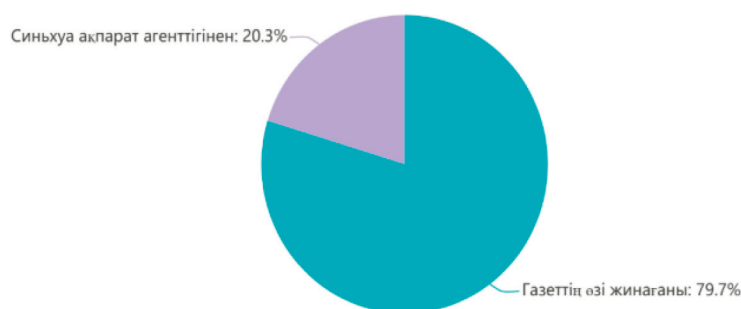
335 жаңалықтың 180-і қысқа көлемді жаңалыққа жатады. Бұл типтегі жаңалықтарда әдетте күрделі ақпараттар берілмейді. Мұндай жаңалықтарда тек ағымдағы оқиғаның уақыты, орны, оқиғаға қатысты тұлғалар сияқты негізгі ақпараттарды тізбектеп қана жазылады. Бұл ақпараттық хабарландырудың бір түрі ретінде қызмет атқарады. Қысқа көлемді жаңалықтарда әдетте спорттық іс-шаралар, Қазақстандағы (елімізде болған) табиғи апаттар мен төтенше жағдайлар туралы айтылады. Сондай-ақ, екі ел басшыларының іс-сапар жоспары жарияланады.

Орта көлемді жаңалықтардың саны 99. Бұл жаңалықтарда қысқа көлемді жаңалық қамтитын тақырыптармен қоса, оқиғаның себептері мен салдарын түсіндіреді. Орта көлемді жаңалықтар оқырманға қысқа уақыт ішінде маңызды ақпарат алуға, жаңалықтың негізгі мазмұнын игеруге

мүмкіндік береді. Бұл типтегі жаңалықтарда Қытай шенеуніктерінің Қазақстанға мемлекеттік сапары кезіндегі сұхбаттарының мазмұны, екі ел басшыларының телефон қоңырауларының мазмұны, Қазақстандағы президенттік сайлау, жоғары деңгейдегі мемлекеттік кадрларының ауысуы және т.б. туралы ақпараттар берілді.

Ал ұзақ көлемді жаңалықтар саны аз, небәрі 56 жаңалықты құрайды. Ұзақ көлемді жаңалыққа қысқа және орта көлемді жаңалықтар қамтитын тақырыптармен қоса, айтылатын жаңалықтарға терең талдау жүргізіледі. Бұл типтегі жаңалықтарда әдетте қолтаңбасы қойылған маңызды мақалаларды, екі ел басшылары қол қойған маңызды құжаттарды, бірлескен мәлімдеменің мазмұны және саяси тұлғалармен сұхбаттары жарияланады.

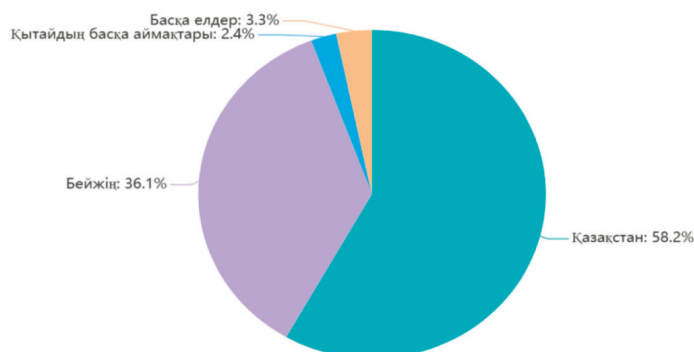
3) Жаңалықтардың дереккөзі және шыққан аймағы.



4-сурет – «Жэньминь жибао» газетінің дереккөздері

4-суреттен көріп отырғанымыздай, «Жэньминь жибао» газетінің дереккөз қоры аз. Жалпы жаңалықтың 267-сін газеттің өз журналистері өз бетінше жинап қарастырған, бұл жалпы жаңалық санының 20,3% құрайды. Қытай Коммунистік партиясының Орталық Комитетінің органы ретінде «Жэньминь жибао» мықты редакциялық топ пен жоғары білікті репортерларға ие. Жаңалықтарды талдау

барысында барлық ақпараттарды Қазақстандағы «Жэньминь жибао» журналистері мен редакторлары жариялағанын анықтадық. Қалған ақпараттар Синьхуа ақпарат агенттігінен болған, бұл дереккөз жалпы жаңалық санының 20,3% құрайды. Агенттіктің хабар бойынша барлығы 68 жаңалық жазылған, бұл көрсеткіш Қазақстан туралы жаңалықтардың екінші үлкен дереккөзі екенін дәлелдейді.



5-сурет – «Халық газетіндегі» ақпараттардың шыққан аймағы

Ақпараттың шыққан аймағы пресс-релиз шыққан жерге қатысты болып келеді. 5-суретке сүйене отырып, ақпараттың шыққан аймағын төрт санатқа бөліп қарастырамыз: Қазақстан, Бейжің, Қытайдың басқа аймақтары және басқа елдер. Байқағанымыздай, Қазақстаннан жіберілген қолжазбалар саны ең көп. Барлығы 195 жаңалық жарияланған, бұл жалпы жаңалық санының 58,2% құрайды. Одан кейін Бейжіңнен шыққан қолжазбалар: барлығы 121 жаңалық, бұл жалпы

жаңалық санының 36,1% құрайды. Қытайдың басқа аймақтарынан жіберілген қолжазбалар саны 11, бұл жалпы жаңалық санының 3,3% құрайды. Ең төменгі көрсеткіш саны басқа елдерден жіберілген: барлығы 8 жаңалық, бұл – жалпы жаңалық санының 2,4%-ы. «Жэньминь жибао» газетіндегі жалпы жаңалықтардың басым көпшілігі Қазақстан мен Бейжіңнен жіберілген ақпараттар екенін байқадық. Бұдан «Жэньминь жибао» газеті жаңалықтарды жаңа

ақпараттардың түпнұсқасында қолданатынын көруімізге болады.

Еліміз тәуелсіздік алғаннан кейін көп ұзамай 1992 жылы «Жэньминь жибао» Қазақстанда репортерлік орталық ашты. Репортерлік орталықтың алғашқы бас репортері Ин Шугуан Қазақстан жайлы ақпараттардың газет бетіне уақытылы жарық көріп отыруына жетекшілік етті. Кейін келе Синьхуа ақпараттық агенттігі де Қазақстанда филиалдарын ашып, сұхбаттар мен репортаждарын өткізу үшін көптеген кәсіби шетелдік репортерларды тағайындады. Бұл газеттің Қазақстан туралы репортаждарға үлкен мән беретінін көрсетеді. Газеттің жеке коллекциясынан басқа қолжазбаның көзі Синьхуа ақпараттық агенттігінің жаңалықтары болып табылады және екі БАҚ-тың да Қазақстанда арнайы жаңалықтар станциялары бар. Бұл жаңалықтардың түпнұсқалығы мен сенімділігіне кепілдік беріп қана қоймай, сыртқы істерге байланысты мәселелерді жариялауда жоғары деңгейдегі ұлттық газет ретіндегі беделіне кепілдік береді.

4) Ақпарат көздері

Жаңалықтарды талдай отырып, ақпарат көздерін бес санатқа бөлдік: Қытай басшылары

мен шенеуніктері, Қазақстан басшылары мен шенеуніктері, танымал қоғам қайраткерлері, қарапайым адамдар мен репортерлер. «Қытай басшылары мен шенеуніктері» санаты қарастырылған жылдардағы ҚХР президентін, премьер-министрлерін және жоғары лауазымды шенеуніктерін қамтиды; «Қазақстан басшылары мен шенеуніктері» санаты ҚР Президенттерін, премьер-министрлерін және үкімет пен парламенттің жоғары лауазымды қызметкерлерін қамтиды; «Танымал қоғам қайраткерлері» санатында газетке сұхбат берген танымал ғалымдарды, сарапшыларды, кәсіпкерлерді және спорт жұлдыздарын қарастырады; «Қарапайым адамдар» санатында тілшілерге сұхбат берген белгілі бір әлеуметтік оқиғаларға қатысты адамдар, сондай-ақ Қытай мен Қазақстандағы қарапайым азаматтарына қатысты айтылады; «Репортерлер» санатында репортаж беруші тілшілер қарастырылады. Мысалы, Чжоу Ханбоның 2018 жылғы 31 шілдеде жарияланған «Аспан суық болса да, жүрек жылы (тілші жазбасынан)» жаңалығында Алматы тұрғындарының мейірімділігі ерекше мадақталып жазылған. 2022 жылғы 14 қыркүйектегі шығарылымында да «Достық-сарқылмас байлық» тақырыбында тілшінің қолжазбалары жарияланған.

3-кесте – Ақпарат көзі

Ақпарат көзі	Ақпараттың саны	Процент %
Қытай басшылары мен шенеуніктері	108	32.7%
Қазақстан басшылары мен шенеуніктері	89	27.0%
Танымал қоғам қайраткерлері	112	34.0%
Қарапайым адамдар	11	3.3%
Репортерлер	10	3.0%

Жоғарыда келтірілген деректерге сүйене отырып, «Жэньминь жибао» газетіндегі ең көп таралған ақпарат көздері екі елдің басшылары мен шенеуніктері екенін білуге болады.

Ақпарат көздерінің ең аз үлесін құрайтын «қарапайым адамдар» санаты, тек 11 жаңалықта халық сөздерін пайдаланылған. Бұл «Жэньминь жибао» газетінің бейресми дауыстарға аз көңіл бөлетінін және бұқараның пікіріне аз назар аударатынын білдіреді. Бұндай көрініс БАҚ-тың табиғатымен және жаңалықтар шығару механизмімен тікелей байланысты. Мемлекеттік деңгейдегі ресми БАҚ-тың халықаралық жаңалықтарды түсіндіруге абсолютті құқығы бар

және репортаждардың мазмұнына екіжақты және көпжақты қатынастар әсер етеді. Бұндай жаңалықтардың көпшілігі елдің мүдделеріне бағытталған, сондықтан қоғамдық талқылау болмайды.

2. Қытайдың мерзімді басылымдарындағы Қазақстан имиджі

«Бір белдеу – бір жол» бағдарламасы әлемнің жалпы өркендеуінің жаңа белесі болды. Қазақстан бұл бағдарламаның әуел бастан-ақ қолдау білдіруші елдердің бірі болып табылады. Соңғы 5 жылда көршілес қос мемлекеттің «Бір белдеу – бір жол» бірлескен құрылысы шеңберінде инфрақұрылым, баламалы

қуат көздері, экономика және сауда, сондай-ақ гуманитарлық ғылымдар салаларында ынтымақтастықты табысты жүзеге асырып, елеулі және жемісті нәтижелерге қол жеткізді. Бұл бастама аясында Қазақстан мен Қытай тығыз ынтымақтастыққа негізделген жан-жақты стратегиялық әріптестік орнатты. Екі елдің өзара қатынасы тереңдей түскен сайын мамандар алмасу үрдісі де жиілеуде.

Соңғы бес жылда екі ел арасындағы мәдени ынтымақтастық пен байланыс нәтижелері жемісті болды. Мысалы, Қытайдың көптеген жоғары оқу орындарында Қазақстанды зерттеу орталығы құрылды, бірқатар университеттерде қазақ тілі мамандығы ашылды, сондай-ақ Қазақстан мен Қытай университеттері арасында студенттер мен оқытушылардың алмасулары сериясы өткізілді, т.б. Жоғарыда көрсетілген іс-шаралардың арқасында Қытай жастары қазақ тілін үйреніп, Қазақстан тарихы мен мәдениетінен хабардар бола бастады. Қытай студенттерінің санасында Қазақстанның бейнесі айқынырақ көрінді. Кино саласында алғашқы қазақ-қытай бірлескен жобасы – «Композитор» фильмі Лос-Анджелесте өткен Golden Screen Awards жүлдесінің 4 бірдей сыйлығына ие болды. Фильм қазақстандық кинотеатрларда ғана емес, Қытай кинотеатрларында және кәсіби киноарналарда көрсетілді, бұл кино қытайлықтардың жүрегінде еліміздің жылулық және достық бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік берді.

Ғалымдардың пайымдауынша, «Мемлекеттің имиджі – бұл сол ел тұрғындары мен шетел тұрғындарының мемлекеттің саяси, экономикалық, әлеуметтік, мәдени және географиялық жағдайын түсінуі және бағалауы» (Сун Южун, 2002: 16). Мемлекет имиджі елдің мүддесі мен абыройымен тікелей байланысты. Әдетте мемлекет имиджі халықаралық қауымдастықта алған бағасы арқылы өлшенеді. Ал, халықаралық бағалау сыртқы мемлекеттердің оң не теріс көзқарас қалыптастыруына әсер етеді. Дегенмен, мемлекет имиджін көрсетудің ең маңызды жолы – бұқаралық ақпарат құралдарындағы көрінісі екендігін естен шығармау керек. Жаңалықтар мазмұнын оқи отырып, әдетте адамдардың санасында белгілі бір көзқарас қалыптасады. Бұқаралық ақпарат құралдары жариялаған ақпараттар қоғамның қабылдауына әсер етуі мүмкін. «Жэньминь жибао» газетінде Қазақстанның саяси, мәдени және экономикалық имиджіне объективті түрде оң көзқарас таныта-

ды. Қазақстан «әлемдегі теңізге шыға алмайтын ең үлкен ел» және «ірі энергетикалық елден» «серпінді және прогрессивті елге» айналды.

Төменде жаңалықтар мазмұнын талдаған деректерге негіздей келе, Қытайдың мерзімді басылымдарындағы Қазақстан имиджін саясат, экономика, мәдениет және әлеуметтік аспект бойынша төртке бөліп қарастырдық.

1) Қазақстанның саяси имиджі

«Жэньминь жибао» Қытайдың ірі бұқаралық газеті болғандықтан, екі елдің дамуындағы маңызды саяси оқиғаларды мұқият қадағалап отырады. Қазақстандағы саяси мәселелер бойынша жаңалықтар негізінен еліміздегі президенттік сайлауды, жоғары деңгейдегі мемлекеттік кадрларды тағайындау және ауыстыру процесін, үкіметтегі өзгерістердің жалпы сипаттамасын, т.б. қарастырады. Сондай-ақ, екі ел басшылары арасында ресми іс-сапарлар, халықаралық конференциялар мен кездесулерге қатысу және басқа да маңызды дипломатиялық іс-шаралар туралы баяндайды.

Жоғарыда аталған жаңалықтарда «Жэньминь жибао» жаңалықтың стандартты түрін және коммуникациялық жанрды көбірек пайдаланады, мұнда жаңалық авторының пікірі немесе ұстанымы болмайды, тек оқиғаның нәтижелерін ғана көрсетеді. Жоғары деңгейдегі мемлекеттік кадрларды тағайындау және ауыстыру туралы жаңалықтарда «Жэньминь жибао» коммуникациялық жанрды көбірек пайдаланады. Мысалы, 2019 жылғы 20 наурыздағы «Назарбаев Қазақстан Президенті қызметінен кететінін жариялайды» тақырыбындағы жаңалық, 2019 жылғы 10 сәуірдегі «Қазақстанда маусым айында мерзімінен бұрын президенттік сайлау өтеді» және 2019 жылғы 11 маусымдағы «Си Цзиньпиннің ҚР Президенті болып сайланған Қасым-Жомарт Тоқаевқа құттықтау жолдауы» жаңалығында Қазақстан экс-президенті Назарбаев отставкаға кеткеннен кейінгі жаңа кадрлық өзгерістер сипатталған, ал сайлаудан кейінгі ҚХР төрағасы Си Цзиньпиннің жолдаған құттықтауында Қытай Қазақстанмен қатынасының дамуына үлкен мән беріп отырғанын және екі ел қатынасының болашақтағы дамуына жәрдемдесу үшін тығыз байланыс орнатуға дайын екенін білдіре отырып, жаңа президентке және мемлекет қатынастарының риторикасына сенім білдірді.

2020 жылдың басында Қытайда коронавирус эпидемиясының өршуі кезінде Қазақстан үкіметі дипломатиялық позиция танытып,

Қытайға гуманитарлық көмек көрсетті. 2020 жылдың ақпан айында «Жэньминь жибао» гезетінде Қазақстан үкіметінің Қытай халқына көрсеткен қолдауы туралы бірнеше жаңалықтар бірінен соң бірі жарияланып отырды. Мысалы, «Шетелдік жоғары лауазымды тұлғалар Қытайдың эпидемияға қарсы күресін оң бағалайды және қолдайды» атты жаңалықта ҚР Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Қазақстан Қытайдың эпидемияның алдын алу және бақылау жөніндегі шешуші шараларын бағалайтынын және қолдайтынын айтты (Жэньминь Жибао, 05.02.2020). «Біз қытайлық достарымызбен қатар күресетін боламыз» атты жаңалықта Қазақстан жаңа коронавирустық инфекциямен және пневмония эпидемиясымен күресу үшін Ухань мен Бейжіңге (Қытай) 13,6 тонна шұғыл қажетті дәрі-дәрмектерді жеткізгендігі туралы баяндайды (Жэньминь Жибао, 06.02.2020). «Қытайлық достармен қиындықтармен бөлісуге дайынбыз» жаңалығында Қазақстан-Қытай саудасаттыққа жәрдемдесу қауымдастығының бастамасымен Қытайға көмек көрсету мақсатында қаражат жинау жөніндегі қайырымдылық науқанының өткізілгендігі туралы баяндайды (Жэньминь Жибао, 13.02.2020). «Қазақстан Премьер-Министрі Қытайға індетті тезірек жеңуін тілейді» жаңалығында Қытай үкіметі мен халқына коронавирусты тезірек жеңуіне тілектес екендігін білдірді (Жэньминь Жибао, 27.02.2020). Қазақстанның гуманитарлық көмегі негізгі қытайлық БАҚ пен әлеуметтік желілерде оң пікірлер алды. Қоғамдық денсаулық сақтау саласындағы ірі жаһандық төтенше жағдайда шетелдік көмек елдің қатты және жұмсақ күшін көрсетудің, сондай-ақ халықаралық жауапкершілікті көрсетудің маңызды кезеңі болып табылады. Бұл мемлекеттің жақсы имиджін қалыптастыру және елдің жұмсақ күшін нығайту үшін үлкен маңызға ие. Сондықтан, Қазақстанның шетелге көмек көрсету іс-әрекеті оң имиджді қалыптастырды деп айтуға болады.

«Жэньминь жибао» газетінде Қазақстанның саяси имиджі оң бағытта көрінеді. 2018 жылғы 8 маусымда жарияланған «Си Цзиньпин мен Қазақстан Президенті Назарбаев арасындағы келіссөздер» деген жаңалықта Си Цзиньпин: «Қазақстан Қытайдың маңызды көршісі және ықпалды өңірлік держава болып табылады. Қытай-Қазақстан қатынастары көрші елдер арасындағы достық қатынастардың үлгісіне айналды» деді. 2019 жылғы 12 қыркүйекте жарияланған «Ли Кэцян Қазақстан Президенті

Тоқаевпен кездеседі» атты жаңалықта Қытай Премьер-Министрі Ли Кэцян: «Қазақстан Қытайдың достық көршісі және жан-жақты стратегиялық серіктесі болып табылады. Екі ел арасындағы саяси өзара сенім берік, прагматикалық ынтымақтастықтың нәтижелері жемісті және халықтар достығының ұзақ тарихы бар» деп өз пікірін білдіреді. 2022 жылғы 13 қыркүйекте Си Цзиньпиннің Президент Тоқаевтың шақыруымен Қазақстан Республикасына мемлекеттік сапары қарсаңында «Қазақстанская правда» газетінде «Қытай-Қазақстан қарым-қатынасында үлкен ілгерілеушілік жасау үшін өткенге сүйену» атты қолтаңбасы қойылған мақаласы жарияланды. Мақалада Си Цзиньпин «Қазақстанда кең шалғындар, керемет таулар мен өзендер, сондай-ақ қонақжай адамдар бар. Мен бұл сапардан үміт күттім... Қазақстан «әлемнің ең ірі дамыған 30 елі» бағытында жүріп жатыр» деп Қазақстанға оң көзқарасын білдірді. Барлық жаңалықтарды талдай отырып, «Жэньминь жибао» газетінде қалыптасқан Қазақстан имиджін төмендегідей қорытындылауға болады: тұрақты және жан-жақты стратегиялық әріптестік имидж; жан-жақты қолдау білдіруші имидж; үнемі дамып отыратын жан-жақты стратегиялық серіктестік имидж.

Халықаралық аренадағы мемлекеттердің сыртқы саяси имиджі маңызды рөлге ие болуда, ал оның қалыптастыру мемлекеттік саясаттың басты бағыты болып табылады. Оң имидж елдің беделі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырады, халықаралық аренадағы саяси жетістіктерді нығайтуға көмектесіп, басқа мемлекеттермен өзара әрекеттестік жасауды жеңілдетеді.

2) Қазақстанның экономикалық имиджі

Жібек жолы экономикалық белдеуінің жаңа «Нұрлы жол» бағдарламасына ұласуының арқасында Қазақстан мен Қытай арасында бірқатар ынтымақтастық келісімшарттарға қол қойылды, экономикалық ынтымақтастықта айтарлықтай жоғары нәтижелерге жетті. Екі ел арасында экономикалық және сауда инвестициялары, энергия өндіру, инфрақұрылым және басқа да салалардағы өзара тиімді ынтымақтастыққа қол жеткізді. «Жэньминь жибао» газетінің соңғы бес жылдағы Қазақстан туралы жаңалықтары келесі экономикалық мәселелерге бөліп қарастырды: еліміздегі экономикалық жағдай, қос тарап арасындағы жаңартылатын энергия көздері саласындағы ынтымақтастығы, Қазақстан-Қытай сауда ынтымақтастығы және бірлескен инвестициялық жобалар.

Еліміздегі экономикалық ахуал туралы жаңалықтар негізінен Қазақстанның эпидемиядан кейінгі экономикалық жағдайын қалпына келтіру жоспарын қамтиды. 2020 жылғы мамырда Үкімет экономиканы қалпына келтіруді жеделдетуге назар аудару керектігін мәлімдеді. Премьер-министр кеңсесі экономика министрлігімен біргемұлттық экономиканы қалпына келтірудің жоспарын мүмкіндігінше тезірек құру үшін ынтымақтасатынын жеткізді. 2021 жылғы шілдеде Қазақстан премьер-министрі А.Мамин «Біз экономикамыздың эпидемиядан кейін бірінші рет оң нәтиже көрсетіп, өсуіне қол жеткіздік» деп Қазақстан экономикасының сәуір айында өсуді қайта бастағанын хабарлады.

Қазақстан жаңартылатын энергия көздерін дамытуды ұлттық стратегия ретінде қарастыруда. Қазақстан Үкіметі «Жасыл экономикаға» көшу жөніндегі тұжырымдамасы мен «Қазақстан-2050» стратегиясында 2050 жылға қарай елдегі электр энергиясын өндірудің жалпы көлеміндегі баламалы және жаңартылатын энергия үлесін 50%-ға дейін ұлғайтуды нақты талап етті. Үкімет басшылары энергетиканың жаңа саласын дамытуды жеделдету үшін халықаралық ынтымақтастыққа белсенді ұмтылуда. «Жэньминь жибао» газетіндегі жаңартылатын энергия көздері саласындағы ынтымақтастығы туралы жаңалығы қытайлық компаниялардың қазақстандық жаңартылатын энергия көздері индустриясын дамытуға белсенді қатысатынын, сонымен қатар осы бағыттағы ынтымақтастықтың жемісті болғанын көрсетеді. Мысалы, аталмыш газетте 2021 жылдың маусым және шілде айларында Қазақстанда Жаңатас жел электр станциясы мен Тұрғысын өзеніндегі су электр станциясы іске қосылғандығын және 2022 жылдың шілде айында Шелек жел электр станциясы іске қосылғандығын хабарлады. Бұл үш жоба да «Бір белдеу – бір жол» бағдарламасы аясында іске асырылған ауқымды жобалар болып табылады.

Сауда мен инвестиция екі ел арасындағы екіжақты экономикалық алмасудың негізгі арналары болып табылады. Бұл екі ынтымақтастық арнасы бірін-бірі толықтырып отырады. Сондықтан, «Жэньминь жибао» Қытай мен Қазақстанның инвестициялық жобалары туралы да хабарлап отырады. Қытайға экономикасын көтеру үшін энергия тасымалдаушыларды импорттау көмегі шұғыл қажет болса, Қазақстанға елдің өнеркәсіптік құрылымын оңтайландыру үшін шетелдік инвестицияларды тарту қажет. Қазақстан мен Қытай жалпы сомасы 221,2 мил-

лиард АҚШ долларынан асатын 52 жобаны қамтитын жобалар тізімін қалыптастыра отырып, өндірістік қуат және инвестиция саласындағы ынтымақтастықты жүзеге асыруда жетекші рөл атқарды.

«Жэньминь жибао» газетіндегі Қытай-Қазақстан сауда ынтымақтастығы туралы жаңалықтар Жібек жолы экономикалық белдеуі шеңберіндегі екі ел арасындағы ынтымақтастықтың жай-күйін көрсетеді. Көршілес екі ел арасындағы ынтымақтастық тереңдеген сайын сауда көлемі де арта түседі. Жаңалықтарда мемлекеттер арасындағы дипломатиялық қатынастар орнағаннан кейінгі 30 жыл ішінде екіжақты тауар айналымы 60 есеге ұлғайғанын көрсетеді. Тек 2022 жылдың өзінде екіжақты сауда көлемі 225 миллиард АҚШ долларына жетті, Қытай Қазақстанның маңызды сауда серіктестері мен инвестиция көздерінің біріне айналды. Жаңалықтарда сауда ауқымының үздіксіз кеңеюін көрсетіп қана қоймайды, сонымен қатар екіжақты сауда арқылы жасыл экономика, ауыл шаруашылығы, көлік, байланыс және қызмет көрсету саласы сияқты инфрақұрылым саласындағы ынтымақтастықтың тереңдегенін көрсетеді. Қысқасы, «Жэньминь жибао» газетінде Қазақстан оң экономикалық имиджін көрсете алды деген қорытындыға келеміз.

3) Қазақстанның әлеуметтік имиджі

«Жэньминь жибао» газетіндегі Қазақстанның әлеуметтік имиджі әлеуметтік қамсыздандыру мәселесін, ауқымды тәртіпсіздіктер, террористік шабуылдар, жазатайым оқиғалар, қарлы борандар және т.б. оқиғалар арқылы қалыптасады. 2022 жылдың басында аталмыш газетте Қазақстанның қоғамдық жағдайына қатысты қатарынан тоғыз жаңалық жарияланды. Бұл жағдай жайлы Қытай тарапы «Қытай Қазақстандағы ішкі жағдайдың тұрақтылығын қалпына келтіруге ықпал ететін барлық шараларды берік қолдайды және Қазақстан бейбітшілік пен тұрақтылықты толығымен қалпына келтіре алады» деп нық сенеді. Осы «қараңғы сәтті» еңсере отырып, Қазақстан мықтырақ елге айналары сөзсіз» деген ұстанымды ұстанады.

Әлеуметтік мазмұндағы жаңалықтар әлеуметтік тұрақсыздықты көрсетумен қатар, табиғи апаттар немесе қауіпсіздікке байланысты жазатайым оқиғаларды да жазады. Мысалы, 2018 жылы 12 қаңтардағы жаңалықта «Қазақстан астанасында қарлы боран салдарынан төтенше жағдай енгізілді, яғни Астанадағы Назарбаев халықаралық әуежайы уақытша жа-

былды, барлық оқу орындар жабылды. Барлық муниципалдық кәсіпорындар мен онымен байланысты бөлімшелерде төтенше жағдай енгізілді» деп жазылды. Осы жаңалықта 2018 жылғы 19 қаңтарда Қазақстанда автобустан өрт шығып, 52 адамның өмірін қиғандығы туралы да хабарланды.

Төтенше жағдайлардың мемлекет имиджін қорғауға тікелей әсер ететінін жоққа шығара алмаймыз. Жалпы айтқанда, мемлекет имиджін қалыптастыру дегеніміз елдің имиджін қалыпты жағдайда құруды, сақтауды және кеңейтуді білдіреді. Кенеттен орын алатын әлеуметтік қауіпті сипатқа ие төтенше жағдайлар елдің ресми бизнесінің көптеген аспектілеріне, экономикалық даму процесіне және адамдардың қалыпты өміріне зиянын тигізеді, сонымен қатар мемлекеттің имиджіне жанама түрде нұқсан келтіреді. Үкіметтің төтенше жағдайда қолданатын іс-шарасы үкіметтің имиджі мен мемлекет имиджінің көрінісі болып табылады. Егер үкімет төтенше жағдайларды уақытында шешіп, тиімді күресе алмаса, төтенше жағдай бақылаудан шығып, одан да көп зиян келтіруі мүмкін. Бұл мемлекет имиджіне теріс әсер етеді.

Соңғы бес жылда Қазақстанда қоғамдық денсаулық сақтау саласындағы инциденттер, табиғи апаттар, жазатайым оқиғалар мен катаклизмдер, сондай-ақ әлеуметтік қамсыздандыру саласындағы инциденттер сияқты көптеген төтенше жағдайлар орын алды. «Жэньминь жибао» газетінде хабарланған Қазақстандағы әлеуметтік оқиғаларға келетін болсақ, жоғарыда аталған төтенше жағдайлар немесе Қазақстанда болған коронавирус пневмониясы болсын, Қазақстан Үкіметі адамдардың өмірі мен мүлкінің қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін барлық шараларды қолданғаны жазылды. Әлеуметтік мәндегі жаңалықтардан Қазақстан Үкіметі ауқымды инциденттер туындаған кезде зиянсыз инциденттерді әсерін азайтып, ауқымды инциденттерді оңынан шешкендігі, елдің имиджіне теріс әсер қалыптастырмау үшін зор күшжігер жұмсағанын байқаймыз.

4) Қазақстанның мәдени имиджі

Мәдениет – мемлекет имиджінің өзегі мен жаны. Мәдениет мемлекет имиджін қалыптастыру мен ілгерілетуде маңызды рөл атқарады. Мәдени имиджді қалыптастыру Қазақстанның әлемдік аренаға шығуы үшін керек объективті талаптардың бірі болып табылады, сонымен қатар бұл халықаралық қоғамдастық үшін ұлтты түсінудің маңызды тәсілдерінің бірі екенін есте ұстаған жөн.

«Жэньминь жибао» газетіндегі жаңалықтардан Қазақстандағы мәдениетаралық коммуникацияның соңғы бес жылдағы табысын тізбектесек, 2018 жылдың шілдесінде Азия университеттік альянсы өткізген «Азиялық мәдени ену жобасы: Орталық Азия – Қазақстан жүрегін зерттеу» іс-шарасын атап өтпесек болмайды. Шетелдік жоғары оқу орындарында оқитын студенттер, оқытушылар мен зерттеушілер Қазақстанға келіп, осы жобаға қатысты (Жэньминь Жибао, 20.05.2019). Бірқатар Қытай университеттерінде Қазақстан зерттеу орталықтары құрылып, қазақ тілі мамандығы ашылды. Қытай мен Қазақстан өзара мәдени орталықтарын ашу жоспарлануда (Жэньминь Жибао, 14.09.2022). «Азия классикасының өзара аударма жобасы» аясында Қытай Ұлттық баспасы мен Қазақстан ынтымақтастығы қауымдастық өзара келісімге қол қойып, Қытайға танымал 5 қазақстандық жазушының шығармаларын ұсынады (Жэньминь Жибао, 22.05.2019). Қазақстан мен Қытайдың мәдениет және баспа индустриясы арасындағы ынтымақтастық пен алмасу тереңдей түсуде, екі тілде аударылған басылымдар саны жағынан да, сапасы жағынан да айтарлықтай жақсарды (Жэньминь Жибао, 18.09.2022). 2019 жылы 16 мамырда Азияның өркениеттік іс-шаралар апталығы аясында өткен Азия кино және теледидар апталығы кезінде қазақстандық «Балалық шағымның аспаны» фильмі жоғары баға алды (Жэньминь Жибао, 17.05.2019). Газетте сондай-ақ 2018 жылдың мамыр айында Канн кинофестивалінің негізгі конкурстық секциясының қысқа тізіміне енген және соңында «Үздік актриса» сыйлығын алған «Кішкентай бала» қазақстандық фильмі туралы жазылды (Жэньминь Жибао, 17.03.2019).

Қазақстандық жазушылар қытайлық аудиторияға танымал бола бастады, қытайлық оқырмандардың саны күн сайын артып келеді. ҚХР төрағасы Си Цзиньпин «Қазақстанская правда» газетінде жариялаған «Қытай-Қазақстан қарым-қатынасында үлкен ілгерілеушілік жасау үшін өткенге сүйену» атты қолтаңбасы қойылған мақаласында «Шығыс аристотелі әл-Фараби, поэзия данышпаны Абай Құнанбаев және басқа да қазақстандық атақты тарихи және мәдени тұлғалар Қытайда танымал, олардың тарихын әлі күнге дейін екі елдің тұрғындары біледі» деген (Жэньминь Жибао, 14.09.2022).

2019 жылы Қазақстан мен Қытай бірлесіп түсірген «Композитор» фильмі екі елде де жарыққа шықты. Бірлескен кино және телеви-

зиялық жобалардың арқасында екі ел арасындағы мәдени алмасу процесі өзара білім алмасу мен ризашылыққа ықпал етіп, екі ел азаматтарының бір-бірін мәдени тұрғыдан түсінуін тереңдетеді алады.

Жаңалықтарда спорттық іс-шаралар туралы хабар беру әрқашан мәдени саланың маңызды бөлігі болып есептелді, өйткені спорт саласындағы жетістіктер елдің жұмсақ күшінің маңызды көрінісі болып табылады. «Жэньминь жибао» газетінде спорт туралы бірнеше жаңалықтар бар. Мысалы, шаңғышы Юлия Галишева 2018 жылы Пхенчханда өткен Қысқы Олимпиада ойындарында фристайл бойынша әйелдер арасындағы сноуборд жарысында қола медаль жеңіп алды деп хабарлаған (Жэньминь Жибао, 08.08.2021). Бейжіңдегі қысқы Олимпиада ойындарында қазақстандық делегацияның тұстаушысы, шорт-тректен конькимен жүгіруші Абузал Әжғалиев шорт-тректе конькимен жүгіру спортынан аралас командалық эстафетада бесінші орынды иеленгенін жазды (Жэньминь Жибао, 08.02.2022). Азия ойындарында ерлер арасындағы слаломды есу жарыстарында қазақстандық Александр Куликов қола медаль жеңіп алды деп хабарлады (Жэньминь Жибао, 23.08.2018). Жаңалықтарда қазақстандық теннисші Путинцева қытайлық теннисшілерді жеңгені туралы айтылып, Путинцеваның теннисшілер арасында жақсы ойыншы ретінде мақталды (Жэньминь Жибао, 02.06.2018).

Қорытындылай келе, Қазақстан мен Қытай арасында академиялық алмасулар, мәдени іс-шараларда және спорттық іс-шараларда мәдени өзара әрекеттесулер көбейіп келе жатқанын көреміз. «Жэньминь жибао» жаңалықтарында Қазақстанның мәдени алмасуларға үлкен мән беретін мемлекеттік имиджге ие екендігін көрсетті.

Қорытынды

«Жэньминь жибао» газетіндегі жаңалықтарды талдай келе, қытайлық БАҚ Қазақстан имиджі туралы оң көзқараста екендігін байқауымызға болады. Соңғы жылдары Қазақстанда Жаһандық жібек жолы халықаралық форумы, «Бір бел-

деу – бір жол» жобасы аясында медиа және гуманитарлық білім алмасу жөніндегі Қытай-Қазақстан форумы, Asiainfo алтыншы саммиті, 12-ші Астана экономикалық форумы (АЭФ), «Бір белдеу – бір жол» салықтық ынтымақтастық жөніндегі конференциясы, көптеген басқа жоғары деңгейлі халықаралық конференциялар мен халықаралық форумдар өткізілді. 2017 жылы Астанада «болашақ энергиясы» тақырыбында ЭКСПО көрмесі өтті. Ауқымды халықаралық іс-шараларды сәтті өткізу үкіметтің мемлекеттік имиджін нығайтудың маңызды стратегиясы болып табылады. Астана – Қазақстанның мемлекеттік имиджінің біртіндеп артып келе жатқанының куәсі.

Қытайлық БАҚ-тың Қазақстанның экономикалық имиджін сипаттауында Қазақстанның «Бір белдеу – бір жол» бастамасын мойындайтыны және қолдайтыны айтылады. Қазақстан мен Қытай экономика және сауда салаларында, энергетика мен инвестицияларда ынтымақтастықты белсенді жүзеге асырады, сондай-ақ мәдени алмасулар мен ынтымақтастықты дамытады. Қазақстан экономикасы оң көзқарастағы экономикалық имиджді және мәдени алмасуларға үлкен мән беретін мемлекеттік имиджді көрсетеді. Қытай БАҚ пайымдауында Қазақстан жақсы көрші, жақсы дос және жақсы серіктес болып көрінеді. Сондай-ақ, ҚР Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Қазақстан алдағы уақытта да Қытайдың досы, бауыры және сенімді стратегиялық серіктесі болатынын мәлімдеді. Осылайша, Қазақстанның саяси имиджі анағұрлым позитивті, бұл жан-жақты қолдау білдіруші имиджі және тұрақты және жан-жақты стратегиялық әріптестің имиджі болып есептеледі.

Қорытындылай келе, мемлекет имиджі елдің халықаралық аренадағы орны мен мемлекеттің қатал және жұмсақ күшін көрсете алады. Мемлекет имиджіне көбірек көңіл бөлу бүкіл қоғамның бейбітшілік, тұрақтылық, демократия және өркениет бағытында дамуына ықпал етеді. Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарының мәлімдемелері мемлекет имиджін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады, жоғары сапалы ақпараттық орта елдің жақсы имиджін қалыптастыруға ықпал етеді.

Әдебиеттер

Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 160 p.

- Асель Тутумлу, Ержан Жаманбеков. Образ Казахстана в мировом сообществе. – Алматы: Леман, 2019. – С. 324.
- Боголюбова Н. М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен. – Санкт-Петербург: СПбКО, 2009. – С. 32-35.
- Boulding K. National images and international systems. – Ann Arbor: The Journal of Conflict Resolution, vol.3, no 2, pp. 120-131.
- Бренд страны как фактор повышения конкурентоспособности государства: пример Казахстана. – Караганда: Карагандинский гос. ун-т, 2012. – С. 60-63.
6. Бураканова Г. М. Международный имидж Республики Казахстана. – Пятигорск: Вестник экспертного совета, 2017. – №1(8) – С. 73-76.
- Buhmann A. Measuring Country Image. Theory, Method, and Effects. – Fribourg: Springer Fachmedien Wiesbaden. 2006. – pp. 24-25.
- Jaffe, Eugene D., Nebenzahl, Israel D. National Image and Competitive Advantage. – Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2001. – 168 p.
- Joseph S.Nye, Jr. Bound To Lead: the Changing Nature of American Power. – New York : Basic Books, 1990. – pp. 30-32.
- Joseph S.Nye, Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – Public Affairs, 2005. – 191 p.
- Janenova S., Imanbayeva S. Kazakhstan's Image in the World: Perception and Reality. – Almaty: «Kazakh University» publishing house, 2014. – 186 p.
- Жұмахметұлы Е. Қазақстанның имиджін шетелде қалай қалыптастырып жүрміз? – Алматы: Алматы ақшамы, 2007. – №34.
- Қабылғазы К. Журналист шеберлігін қалыптастыру жолдары: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 185 б.
- ҚАМЗИН К.Қ. Журналистика негіздері: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 142 б.
- Қытай-Қазақстан қарым-қатынасында үлкен ілгерілеушілік жасау үшін өткенге сүйену. DOI: <http://data.people.com.cn/mrb>
- Насимов М.Ө. Жаһандық ақпараттық кеңістік шарттарындағы тәуелсіз Қазақстанның имиджін қалыптастыру мәселелері. – Егемен Қазақстан, 2011.
- Robert Jervis. The Logic of Images in International Relations. – USA: Princeton University Press, 1970. – 281p.
- Roth K. P., Diamantopoulos A. Advancing the country image construct. - Vienna: university of Vienna, 2009. – 731 p.
- Сун Южун. Ұлттық имидждің коннотациясы және функциясы.- Халықаралық форум, 2002. – 14-21 бб.
- Silverstein B. Enemy Images: The Psychology of U.S. Attitudes and Cognitions Regarding the Soviet Union. – American Psychologist, 1986. – vol.44, no 6, – pp. 905-906.
- Телебаев Г.Т. Этнический имидж Казахстана. – Имиджология-2005: Феноменология, теория, практика, 2010. – №8, – С. 4-11.
- Чен Вэй. Исследование имиджа Казахстана в ведущих СМИ Китая и России. – Урумчи: магистерская диссертация, 2019. – С. 49-56.

References

- Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 160 p.
- Asel Tutumlu, Yerzhan Zhamanbekov. Obraz Kazakhstana v mirovom soobshestve [The Image of Kazakhstan in the Global World.]. – Almaty: Leman, 2019. – 324 p.
- Bogolyubova N. M. Mezhkul'turnaya kommunikaciya i mezhdunarodnyj kul'turnyj obmen [Intercultural communication and international cultural exchange]. – Sankt-Peterburg: SPbKO, 2009. – pp. 32-35.
- Boulding K. National images and international systems. – Ann Arbor: The Journal of Conflict Resolution, vol.3, no 2, pp. 120-131.
- Brend strany kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti gosudarstva: primer Kazahstana [The country's brand as a factor of increasing the competitiveness of the state: the example of Kazakhstan]. – Karaganda: Karagandinskij gos. universitet, 2012. – pp. 60-63.
- Burakanova G. M. Mezhdunarodnyj imidzh Respubliki Kazahstana [International image of the Republic of Kazakhstan]. – Pятигорск: Vestnik jekspertnogo soveta, vol.1, no 8, 2017. – pp. 73-76.
- Buhmann A. Measuring Country Image. Theory, Method, and Effects. – Fribourg: Springer Fachmedien Wiesbaden. 2006. – pp. 24-25.
- Chen Wei. Issledovanie imidzha Kazahstana v veduschih SMI Kitaya i Rossii [The study of Kazakhstan's image in the leading media of China and Russia]. – Urumchi: magisterskaya dissertaciya, 2019. – pp. 49-56.
- Jaffe, Eugene D., Nebenzahl, Israel D. National Image and Competitive Advantage. – Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 2001. – 168 p.
- Janenova S., Imanbayeva S. Kazakhstan's Image in the World: Perception and Reality. – Almaty: «Kazakh University» publishing house, 2014. – 186 p.
- Joseph S.Nye, Jr. Bound To Lead: the Changing Nature of American Power. – New York : Basic Books, 1990. – pp. 30-32.
- Joseph S.Nye, Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – Public Affairs, 2005. – 191 p.
- Jumakhmetuli E. Qazaqstannij imidjin shetelde qalai qalipastirip jürmiz? [How do we build the image of Kazakhstan abroad?] – Almaty: Almaty aqshami, no 34, 2007.

Nasimov M.Ö. Jahandiq aqparattiq keñistik sharttarindagi täuelsiz Qazaqstannıñ imidjin qalıptastıru mäseleleri [Problems of forming the image of independent Kazakhstan in the conditions of the global information space] . – Egemen Qazaqstan, 2011.

Qabyłǵazy K. Jurnalist şeberlıǵın qalyptastyru joldary: oqu quraly [Ways to develop journalistic skills: educational tool]. – Almaty: Qazaq universiteti, 2012. – p. 185.

Qamzin K.Q. Jurnalistika negızderi: oqu quraly [Fundamentals of journalism: educational tool]. – Almaty: Qazaq universiteti, 2012. – p. 142.

Qıtay-Qazaqstan qarım-qatınasında ülken ilgerileushylyk jasaw üshin ötkenge süyenu [Relying on the past to make great progress in China-Kazakhstan relations]. DOI: <http://data.people.com.cn/rmrb>

Robert Jervis. The Logic of Images in International Relations. – USA: Princeton University Press, 1970. – 281p.

Roth K. P., Diamantopoulos A. Advancing the country image construct. - Vienna: university of Vienna, 2009. – 731 p.

Sun Youzhong. Ultyq imidjiniñ konnotaciyası jäne funkciyası [The connotation and function of national image].- Xalıqaralıq forum, 2002. – pp. 14-21.

Silverstein B. Enemy Images: The Psychology of U.S. Attitudes and Cognitions Regarding the Soviet Union. – American Psychologist, 1986. – vol.44, no 6, – pp. 905-906.

Telebayev G.T. Etnicheskiy imidzh Kazakhstana. – Imidzhelogiya-2005: Fenomenologiya, teoriya, praktika, 2010. – no 8, pp. 4-11.