

О.Ж. Ошанова

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
e-mail: oryntay73@gmail.com

ҚАЗАҚСТАН МЕДИАКЕҢІСТІГІНДЕГІ ҚЫТАЙ ЕЛІНІҢ ҰЛТТЫҚ ИМИДЖІ: ҚЫТАЙ ЗЕРТТЕУШІЛЕРІНІҢ КӨЗІМЕН

Бұл мақаланы жазудағы негізгі мақсат Қытай елі имиджінің Қазақстан медиакеністігінде қалыптасуы туралы Қытай ғалымдарының зерттеулерін жан-жақты талдауға арналған. Көрші мемлекет зерттеушілерінің ұлттық имидж туралы теориялық тұжырымдамалары да сараланып, оның тәжірибе жүзіндегі қолданысы сарапталған.

Бұл зерттеудің теориялық және тәжірибелік маңыздылығы – еліміздегі жетекші БАҚ-тардың көрші елдің ұлттық имиджін қалыптастыруға бағытталған жұмыстарына сырт елдің ғалымдарының баға беруі мен өз мүдделері тұрғысынан жасаған талдауларын сараптау.

Соңғы он жылдық көлемінде екі елдің қарым-қатынасы өңіртану зерттеулерінің өзегіне айналып, әсіресе, Қытай елі тарапынан Қазақстанның жетекші (дәстүрлі және онлайн) басылымдарындағы ұлттық имиджінің қалыптасу мәселесіне қызығушылық артқан. Осы себепті де автор көрші ел ғалымдарының мақалаларын зерттеу нысанына алып, оларға тақырыптық және мазмұндық зерттеу әдістемелерін қолдана отырып талдаулар жасаған.

Бұл зерттеудің құндылығы автордың Қытай ғалымдарының зерттеу нәтижесінде қазақстандық БАҚ-та Қытайдың бейнесі ынтымақтастықтың сенімді бастамашысы, өзара тиімді әріптес ретінде көрсетілген деген тұжырым жасауында жатыр. Сонымен қатар «Facebook» әлеуметтік желісіндегі қазақ сайттары мен блогерлерінің Қытай елі туралы ақпараттары тақырыптық, мазмұндық, жанрлық жағынан жүйеленіп талданған. Осылайша зерттеуші көрші ел ғалымдарының Қазақстан медиакеністігіне қатысты жасаған пікірлерінің шынайылық деңгейіне көз жеткізген.

Мақала соңында автор кез келген ел үшін ұлттық имидж мәселесі ұлт болып жұмылып шешер жауапты әрі маңызды шара деген тұжырым жасаған, ал бұл бағытта нақты қандай қадамдар жасалуы тиіс деген сұраққа орай өз ұсыныстарын білдіруі зерттеудің тәжірибелік маңыздылығын танытады.

Түйін сөздер: медиакеністік, ұлттық имидж, Қытай ғалымдары, Қазақстандық БАҚ, қоғамдық пікір, ұлттық мүдде.

O.Zh. Oshanova

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: oryntay73@gmail.com

Chinese researchers about the national image of China in the media space of Kazakhstan

The main purpose of writing this article is a comprehensive analysis of the research of Chinese scientists on the formation of the image of the China in the media space of Kazakhstan. The theoretical concepts of the national image of researchers from a neighboring state and its practical application were analyzed.

The theoretical and practical significance of this study lies in the analyses of the work of the country's leading media aimed at shaping the national image of a neighboring country from the scientists point of view and their own interests.

Over the past ten years the relations between the two countries have become the core of regional studies, especially from China, which has become interested in the problem of forming the national image of Kazakhstan in leading (traditional and online) mass media. For this reason, the author took the articles of scientists from a neighboring country as the subject of the study and analyzed them using different research methods.

The value of this study lies in the fact that in the Kazakhstani media the image of China was shown as a reliable initiator of cooperation, a mutually beneficial partner. The information from Kazakh websites and from bloggers on Facebook about the country in thematic, substantive, genre terms is also systematized. Thus, the researcher was convinced of the reliability of the opinions of scientists from neighboring countries regarding the media space of Kazakhstan.

At the end of the article the author concludes that for any country, the issue of national image is a responsible and important measure to solve the problem of the nation.

Keywords: media space, national image, Chinese scientists, Kazakh media, public opinion, national interests.

О.Ж. Ошанова

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы
e-mail: oryntay73@gmail.com

Национальный имидж Китая в медиaprостранстве Казахстана: точка зрения китайских исследователей

Основная цель написания данной статьи – всесторонний анализ исследований китайских ученых, посвященных имиджу Китая в медиaprостранстве Казахстана. Автором также были проанализированы теоретические концепции национального имиджа, предложенные исследователями из соседнего государства, изучены алгоритмы практического применения.

Значимость данного исследования состоит в теоретическом и практическом изучении контента и проблематики публикаций в СМИ Казахстана, посвященных китайской тематике. А также лояльности, интересам и вовлеченности отечественной аудитории в понимание имиджа соседнего государства

За последние десять лет взаимоотношения двух стран стали стержнем регионоведческих исследований, особенно со стороны Китая, который заинтересован проблемой формирования национального имиджа Казахстана в ведущих (традиционных и онлайн) изданиях. По этой причине автор изучил статьи китайских ученых и проанализировал их с помощью исторического, тематического и содержательного методов исследования.

В результате исследования автор приходит к выводу о позитивной динамике развития межгосударственных отношений и улучшении социального и межкультурного климата двух стран. В казахстанских СМИ Китай представлен в качестве надежного партнера, инициатора совместных проектов и взаимовыгодного сотрудничества. Также систематизирована информация (тематика, контент, жанровая реализация) казахстанских сайтов и блогеров в социальной сети Facebook. Таким образом, автор статьи приходит к пониманию тождественности во мнениях китайских ученых об отношении и имидже Китая в казахстанских СМИ, что подтверждается практическими примерами и публикациями о Китае.

Автор также отмечает, что вопрос национального имиджа – ответственный и важный для развития и прогресса любой страны и нации, а также представляет собственные предложения по реализации госпрограмм повышения имиджа Казахстана за рубежом, что иллюстрирует практическую значимость исследования.

Ключевые слова: медиaprостранство, национальный имидж, китайские ученые, казахстанские СМИ, общественное мнение, национальные интересы.

Кіріспе

Соңғы онжылдықтарда әлемдегі оқиғалар қарқынды дамып келеді. Барлық мемлекеттер қазіргі әлемнің жаңа сын тегеуріндеріне қарсы тұру мақсатында түрлі салалардағы күш жігерді біріктірудің маңыздылығын нақты түсінуде.

Жаһандық өзгерістер екіжақты қатынастардың сипатына, қарқындылығына, ұзақтығына әсер етуде, нәтижесінде бұрын серіктес болмаған мемлекеттерді өзара әрекеттесуге мәжбүрлеуде. Осы орайда, Азия мен Еуропа арасындағы сауда қатынастарын дамыту үшін жаңа мүмкіндіктер ашатын және өзінің саяси-экономикалық құрылымымен дараланатын көптеген елдердің күшжігерін біріктіруді көздейтін «Жібек жолын» жаңғырту жобасын айтпасқа болмайды.

Біздің еліміз «Жібек жолы» экономикалық белдеуінің маңызды түйінді нүктесі болып

табылады және Қытай – біздің ең маңызды серіктесіміз, сондықтан да көрші елмен тығыз қарым-қатынас орнату мәселесі күн тәртібінен түскен емес, дегенмен, бір атап өтерлігі, бұл бағыттағы белсенді жаңғырулардың 2012-2013 жылдардан бастап қайта қарқын алғаны рас. Мәселен, 2012 жылғы желтоқсанда ҚР-ның Президенті Н. Назарбаев республикамыздың неғұрлым дамыған отыз елдің қатарына кіруі жөніндегі мақсатын айқындайтын «Қазақстан – 2050» стратегиясын жариялады, кейінгі халыққа үндеулерінде «осы мақсаттарды жүзеге асыра отырып, ежелгі уақытта Ұлы Жібек жолы тек сауда жолы ғана емес, сонымен қатар білім алмасу, әлемнің әртүрлі елдерінің ғалымдарының диалогын дамыту арқылы болғанын есте ұстауымыз керек» деген болатын (russian.people.com., 2013). 2013 жылдың қыркүйегінде Қазақстанға келген сапарында ҚХР Төрағасы

Си Цзиньпин «Бір белдеу – бір жол» бастамасын ұсынды (forbes.kz, 2017). Міне, осы тарихи оқиғалардан кейін екі елдің қарым-қатынасы өңіртану зерттеулерінің өзегіне айналды. Олардың ішінде Жібек жолы бағытының бойында орналасқан мемлекеттердің медиа кеңістігінде Қытай бейнесін талдауға арналған мынандай жұмыстарды атап өтуге болады: Гельвиг С.Я. Китай и Казахстан: новый уровень развития отношений в контексте инициативы «один пояс, один путь» (Гельвиг С.Я., 2020), Зуенко И. Ю. Один «Пояс», два пути: восприятие китайских интеграционных инициатив в России и Казахстане (2014–2017) (Зуенко И. Ю., 2018), Токеева А., Раев Д., Дауен Д. «Один Пояс – Один Путь. Выгоды и перспективы для Казахстана» (Токеева А., Раев Д., Дауен Д., 2020), Чернышев А.А., Чернышева Н.А. «Один пояс и один путь»: анализ эффектов внешнеторговой политики Китая на Россию и Казахстан (Чернышев А.А., Чернышева Н.А., 2019), Го Лицзюнь, Цзюй Чуанья Инициатива «Один пояс, один путь» в новостном дискурсе ведущих СМИ Республики Беларусь (Го Лицзюнь, Цзюй Чуанья, 2021), «The Effect of China's Overseas Engineering Projects on National Image: Empirical Analysis Based on Global Survey Data» (Zhen Qi, 2023).

Осыған қарамастан Қытайдың Орталық Азия елдерінің медиа кеңістігіндегі бейнесі әлі де аз зерттелген. Мәселен, Қытайда қазақстандық БАҚ-тағы «Бір белдеу – бір жол» бастама контекстінде ҚХР образын талдауға арналған 9 мақала ғана жарияланды. Ғалымдар Қытайға қатысты қазақстандық БАҚ-та ұсынылған объективті бағаларды және бастамаларды анықтауға тырысты. Мәселен, қытайлық зерттеушілер Шэ Шихун, Хуан Вэйюань, Сартов И. (She Shikhun, Khuan Veyuan, Sartov I., 2020). және Ли Цидің (Li Tsi, 2020) зерттеулерін атап өтуге болады. Бұл мақалаларда Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдары Қытайдың бейтарап бейнесін жасайды деп көрсетілген. Қазақстандық зерттеушілер Г. Құрамаева мен С.Нүрдәулетова Қазақстанның мәдени және білім беру салаларында жүзеге асырылып жатқан Қытайдың «жұмсақ күш» саясатының әсерін талдай отырып, қазақстандық БАҚ-та ҚХР бейнесінің ерекше тартымдылығы елдің жоғары экономикалық табыстылығымен байланысты деп санайды (Құрамаева Г., Нурдаулетова С., 2018).

Бұл жұмыстарды зерделер болсақ, зерттеулердің, әдетте, ресейлік, қазақстандық БАҚ-тан, сондай-ақ Орталық Азияның басқа елдерінің

медиасынан, бір немесе бірнеше бұқаралық ақпарат құралдарынан «Бір жол – бір белдеу» бастамасына және Жібек жолы тақырыбына қатысты жаңалық мәтіндерін алып, талдағанын көруге болады. Бір атап өтерлігі, Қазақстан мен Қытайдың қарым-қатынасы туралы ресейлік ғалымдар зерттеулер жүргізген, ал біздің елімізге келер болсақ, қазақстандық БАҚ-тағы Қытай бейнесін кешенді талдау жүргізілмеген деп батыл айтуға болады.

Зерттеу объектісі мен әдістері

Біздің мақаламыздың нысанасына Қытай ғалымдарының Қазақстан медиакеністігіндегі Қытай елі имиджінің қалыптасуына қатысты жарияланған ғылыми мақалалары алынды және оларды жинақтау және тақырыптық әрі мазмұндық тұрғыдан терең талдау әдістері пайдаланылды. Сонымен қатар «Facebook» әлеуметтік желісіндегі қазақ сайттары мен блогерлерінің Қытай туралы жазбаларына онтент-талдау жасалды. Материалдар тақырыптық, жарнрлық, ақпарат көздерін пайдалану деңгейі тұрғысынан сараланды және олардағы оң және теріс сипатта жазылған пікірлер жіктелді.

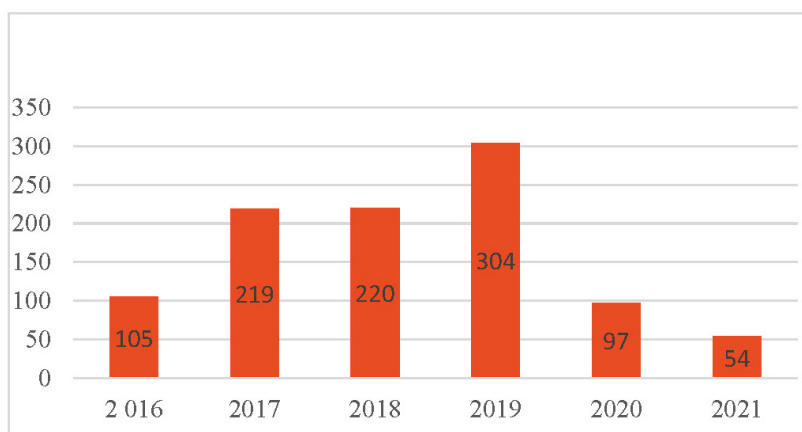
Зерттеудің теориялық және практикалық маңызы. Аталған зерттеулер не үшін қажет деген сұраққа келсек, медиа кеңістікте әлемде немесе елімізде болып жатқан саяси және әлеуметтік өмірдің белгілі бір құбылысына әр түрлі көзқарастар қалыптасады, қоғамдық пікір туады және ең маңыздысы – әлем елдерінің жалпы имиджі сомдалады мен оларды түрлі ракурстан бағалау жүргізіледі. Әр түрлі елдердің медиа дискурстарындағы нақты бір елдің имиджін зерттеу сол елдің қоғамдық өмірдің кез келген саласындағы даму бағыттарын айқындауға және елдік бейнені жақсартудың кешенді жоспарларын жасауға мүмкіндік береді. Міне, осы қажеттілікке орай Қытай ғалымдары Қазақстан БАҚ-тарындағы өз елдерінің имиджінің қалыптасуы турал біраз зерттеулер жүргізген. Біз үшін бұл еңбектердің теориялық және тәжірибелік маңыздылығы – еліміздегі жетекші БАҚ-тардың көрші елдің ұлттық имиджін қалыптастыруға бағытталған жұмыстарына сырт елдің ғалымдарының өзіндік баға беруі және өз мемлекеттерінің мүдделері деңгейінде талдауында жатыр. Тағы бір назар аударарлық сұрақ, Қытай елінің жалпы ұлттық имидж мәселесіне бей-жай қарамай, оны сырт елдермен дұрыс қарым-қатынас жасаудың негізгі өзегі ретінде қарастыруында болып тұр.

Сонымен қатар біздің елімізде де бұл бағытта сындарлы көзқарасқа толы зерттеулер жүргізіп, орын алған кемшіліктерді түзетуге ел болып ат салысу қажеттігін терең түсіну керек.

Нәтижелер мен талқылаулар

Қазақстанның жетекші басылымдары мен онлайн сайттарындағы Қытай имиджі туралы сол елдің ғалымдарының ғылыми мақалаларына

тоқталып көрейік. Алғашқы еңбекте Қытай зерттеушілері Го Лицзюнь, Чжан Цзяхуэй (Го Лицзюнь, Чжан Цзяхуэй, 2022) еліміздің Казинформ, zakon.kz, TengriNews, Sputnik Қазақстан, «Қазақстанская правда» сияқты бірнеше сайттарын ала отырып, ол жерде «Бір белдеу – бір жол» бастамасына қатысты 2016-2017 жылдар аралығында жарияланған материалдар санын төмендегіше жіктеп көрсеткен (1-сурет):



1-сурет – «БББЖ» бастамасы туралы жаңалықтар

Зерттеушілер Қазақстандық БАҚ мәтіндерінде «Бір белдеу – бір жол» идеясы жағымды сипатта жазылатындығын айта келіп, «бастама бейбіт ынтымақтастықты, өзара экономикалық пайданы, білім және мәдениет саласындағы өзара алмасуларды көздейді және сайып келгенде «жұмсақ күш» саясатының құндылықтарын жариялайды, бұл адамзаттың өркендеуіне ықпал етеді» – деп ой түйеді (Го Лицзюнь, Чжан Цзяхуэй, 2022, 114-б.).

Сонымен қатар Қазақстандық жетекші басылымдардың сайттарында Республикамыздың бірінші болып «Бір белдеу – бір жол» тұжырымдамасын қолдағаны баса айтылатыны және осылайша кез келген уақытта қолдауға тиіс ынтымақтастықтың сенімді бастамашысы ретінде Қытай туралы оң идеяны өзектендіретіні туралы тұжырым жасалады.

Қазіргі әлемдегі онлайн-БАҚ-тың дамуы егеменді мемлекеттердің сыртқы байланысына үлкен әсер етті. Осыған орай келесі бір көрші елде жарияланған мақалада ғалымдар (Fan Xiaolin, 2016) Қытайдың Қазақстандағы имиджін онлайн-басылымдардағы ақпараттар негізінде зерттеген.

Мақалада зерттеудің негізгі объектілері ретінде «Kazakh Express» және «Қазақстанская правда» газеттері қарастырылады және зерттеу Қытаймен байланысты контенттегі саяси, экономикалық, мәдени және басқа да байланысты тақырыптардың таралуын және олардың жалпы тенденциясын аударуға және талдауға бағытталған.

Мақалада автор Қазақстан тұрғындары арасында Қытай туралы мәліметтер алатын арналар туралы сауалнама жүргізген. Сауалнамаға сәйкес, респонденттердің ең көп үлесі интернет-БАҚ арқылы Қытай туралы білген – 38,9 пайыз; «айналасындағы қытайлар» арқылы Қытай туралы білген респонденттердің үлесі – 16,7 пайызды құраған; «айналасындағы қазақтар» арқылы Қытай туралы білген респонденттердің үлесі – 16,8%.

Сауалнама нәтижелері қазақ елінің азаматтары үшін интернет-БАҚ Қытай туралы негізгі ақпарат көзіне айналғанын көрсетеді.

Тағы да бір жүргізілген сауалнама нәтижелері «Kazakh Express» және «Қазақстанская правда» газеттерінің онлайн-нұсқаларындағы Қытаймен байланысты материалдардың жалпы саны 111 –

ді құрағанын көрсеткен, бұл ретте ең көп қамту экономикалық тақырыптарға арналған -73 мақала, бұл жалпы сауалнаманың 65,5 пайызы. Әскери, ғылыми-техникалық, мәдени және басқа тақырыптар 10 мақалада қамтылған, бұл Қытаймен байланысты хабарламалардың жалпы санының 9% құрайды.

Тағы бір назар аударатын мәлімет – «Kazakh Express» және «Казахстанская правда» газеттерінің онлайн-нұсқаларындағы Қытай еліне қатысты материалдардың мазмұнына жасалған сараптама, оның нәтижесінде ақпараттардың 66%-ы жағымды, 25%-ы бейтарап және 9% -ы теріс болып шыққан.

Бұл басылымдардағы онлайн-хабарламаларындағы бейтараптық пен теріс көзқарастардың негізгі салдары былай көрсетілген:

Біріншіден, Батыс бұқаралық ақпарат құралдары Қытайдың имиджіне нұқсан келтіріп, «қытайлық қауіп теориясын» насихаттайды.

Бұл Қытайдың имиджіне нұқсан келтіріп, Қазақстанның кейбір азаматтарының Қытай туралы жаман әсер қалдыруына әкелді.

Екіншіден, кейбір «айналада жүрген қытайлықтар» мен «айналадағы қазақтар» Қытай туралы жаман әсер қалдырады.

Қауесеттердің әсерінен олар Қытайдың бейбіт жолмен көтерілуіне және Жібек жолының экономикалық белдеуінің құрылысына күмәнмен қарайды немесе алаңдаушылық тудырады.

Мақала соңында зерттеушілер бірнеше ұсыныс айтқан:

Біріншіден, қытайлық онлайн-БАҚ пен қазақстандық негізгі онлайн-БАҚ арасындағы ынтымақтастықты нығайту қажет.

Екіншіден, Қазақстанның жетекші онлайн-БАҚ-пен ынтымақтастықта қытайлық онлайн-БАҚ жаңалықтар мен ақпараттың өзіндік ерекшелігін, дебютін және таралуын арттыру үшін қазақ тілдерде онлайн-БАҚ құруға күш салуы тиіс.

Үшіншіден, Қазақстанның негізгі онлайн-БАҚ-пен ынтымақтастық негізінде Қытай Қытайдың ұлттық шарттарын және Шыңжаңның өңірлік шарттарын, сондай-ақ Жібек жолының экономикалық белдеуін пайдалануы тиіс.

Ең соңында, Конфуций институтының желілік платформасының құрылысын жеделдету керек, осылайша ол «Жібек жолының» экономикалық белдеуі бойындағы адамдар арасындағы қарым-қатынас көпірі бола алады және ол «қауымдастыққа емес, үйлесімділікке» ықпал етеді деген ой айтылады.

Қытай ғалымдары «ұлттық имидж» терминін келесі үш аспектіде қарастырады

(She Shihong, Huang Weiyuan, Sartov Yedilikhan, 2020): *бірінші* – «саясаттану тұрғысынан ұлттық имидждің қалыптасуы мен таралуы халықаралық қатынастар мен сыртқы саясатқа терең әсер етеді және бұл елдегі саяси, экономикалық, әлеуметтік, мәдени және географиялық жағдайды жан-жақты түсіну және қоғамның бағалау көрсеткіші»; *екінші* – «ұлттық имидж-бұл мәдени құндылықтарды, ұлттық құндылықтарды және бұқаралық ақпарат құралдарын үш рет бұрмалағаннан кейін қоғамдық санада болжанған елдің объективті шындығының субъективті бейнесі/әсері» (Хуан Вэнбо). *Үшіншіден*, коммуникация тұрғысынан ұлттық имидж басқа елдердің бұқаралық ақпарат құралдарының жаңалықтары мен ауызша хабарламалары арқылы қалыптасатын образды білдіреді, яғни бұқаралық ақпарат құралдарының елдің имиджін қалыптастырудағы басты рөлі өте үлкен және жаңалықтарды тарату елдің имиджін қалыптастырудың маңызды құралы деп саналады.

Ал, ұлттық имидж мәселесіне қатысты шетелдік ғалымдардың қазіргі таңдағы зерттеулеріне келсек, бұл бағытта әр алуан көзқарас пен ғылыми тұжырымдарға кездесесіз. Бұл орайда төмендегідей бірнеше еңбектерді атап өтуге болады.

Мәселен, «Ұлттың имиджі халықаралық қатынастарда өте маңызды. Өсіп келе жатқан держава ретінде Қытай өзінің имиджіне көбірек көңіл бөледі, осыған байланысты ол өзінің қоғамдық дипломатиясына көбірек инвестиция салады» – деп көрсетеді зерттеуші Falk Hartig өзінің Қытайдың қоғамдық дипломатиясына арналған зерттеуінде (Falk Hartig, 2016).

Тағы бір зерттеушілер ұлттық имидж бен туризм мәселесінің арасында тығыз байланыс бар екенін көрсетіп, қызмет көрсету сапасының және қабылданған құндылықтың халықаралық туристердің мінез-құлқына әсерін зерттеген (Juyan Zhang, Shahira S. Fahmy, Seok Kang, 2020).

Ұлттық имиджді жан-жақты зерттеу бағытында кешенді жұмыстар жүргізген тағы бір шетелдік ғалымдар елдің ерекшеліктері туралы ақпарат қоғамдық дипломатия жобалары аясында ұлттық имидждің оң сипатта қалыптасуына қалай әсер ететінін жүйелеген (Inbok Rhee, 2022).

Ұлттық имиджді қалыптастыру қоғамдық дипломатиядағы маңызды стратегияға айналды. Бұл орайда ғалымдар ұлттық имиджді қалыптастыру процесінің тұрақтылығы мен өміршеңдігін АҚШ-тағы Конфуций институты-

ның мысалында эмпирикалық талдау негізінде көрсеткен (Yue Hu, Yufei Sun, Donald Lien, 2022).

Жалпы айтқанда, елдің имиджін екі деңгейге бөлуге болады: «өзін-өзі қалыптастыратын» және «басқаларды қалыптастыратын». «Басқаларды қалыптастыру» тұрғысынан қазіргі заманғы БАҚ, олардың бұқаралық ақпарат құралдарын таратудың, күн тәртібін қалыптастырудың, қоғамдық пікірді қалыптастырудың және т.б. бірегей ерекшеліктерімен, халықаралық қатынастар мен интерактивті мінез-құлықты өз мүдделеріне сай қалыптастыру үшін халықаралық қоғамның жаһандық ақпараттық ортадағы басқа елдердің имиджіне деген көзқарасы мен көзқарасын дамытады және әсер етеді (Chen V., 2014). Бұдан Қазақстанның негізгі баспасөзінде Қытаймен байланысты хабарламалар да ел мүддесіне қызмет етеді деген қорытынды жасауға болады.

Қытай елі өзінің ұлттық имиджіне кері ықпал ететін жағымсыз ақпараттардың таралмауына әрқашан мүдделі, сол себепті де Орта Азия елдерінде, оның ішінде Қазақстанда өздері туралы жарияланып жатқан ақпараттарды үнемі талдап, тиісті қорытынды жасап отырады.

Бұл сөзімізге «Жетекші қазақстандық газеттерде Қытайдың ұлттық имиджін қалыптастыру» атты мақала дәлел бола алады (She Shihong, Huang Weiyuan, Sartov Yedilikhan, 2020). Зерттеушілер Қытай Президенті Қазақстанда «Жібек жолының экономикалық белдеуі» идеясын ұсынғаннан кейінгі алғашқы бес жыл, яғни 2013-2017 жылдарда Қазақстанның жетекші газеттері Қытайдың ұлттық имиджін қалай қалыптастырғанын анықтауға әрекет жасаған.

Сонымен қатар «Қытайдың қандай ұлттық имиджі қазақстандықтарға бұқаралық ақпарат құралдары арқылы насихатталатынын түсіну Қытайдың Қазақстандағы ұлттық имиджін нығайту және «Бір белдеу, бір жол» бастамасының әрі қарай ілгерілеуіне жәрдемдесу үшін зор маңызға ие» – деп көрсеткен.

Зерттеушілер Қытайдың Қазақстанның негізгі басылымдарындағы жалпы бейнесі «тез өсіп келе жатқан және бейбіт держава» болып табылады және оған деген көзқарас жалпы есептерде бейтарап және оң сипатта» деп

көрсетеді, дегенмен белгілі бір дәрежеде кейбір алалаушылықтар мен түсініспеушіліктер де бар екенін айтқан. Атап айтқанда, кейбір ақпараттарда басылымдар Қытайдың әскери және әлеуметтік оқиғалары туралы жағымсыз мәліметтер ұсынған. Осыған сүйене отырып зерттеушілер, Қытайдың Орталық Азиядағы аймақтық имиджін қалай дұрыс қалыптастыру керек деген бағытта өз ұсыныстарын алға тартқан.

Бұл мақалада 2013 жылдан 2017 жылға дейінгі бес жылдағы Қытай туралы «Правда» газетінде жарияланған материалдардың мазмұнына назар аударылады, нақыт айтсақ 1385 мақала негізге алынған. Осы мақаланың зерттеу сұрақтары үш бөлімнен тұрады: 1) 2013-2017 жылдардағы Қытаймен байланысты «Правда» ақпараттарының ерекшеліктері қандай? 2) Бұл ақпараттар Қытайдың ұлттық имиджін қалай қалыптастырады және Қытайдың жалпы бейнесі қандай? 3) Қытайдың ұлттық имиджін құрудағы «Правда» газетінің терең саясатын түсіну.

Тақырыптар саяси, экономикалық, әскери, мәдени және әлеуметтік деген бес санатқа бөлініп қарастырылған. «Правда» басылымының ақпарат алатын дереккөздерге былайша көрсетілген: қазақстандық ақпарат агенттігі, «Правда» журналистері, Синьхуа ақпарат агенттігі сияқты қытайлық БАҚ және т.басқа көздер. Ақпараттар мазмұнына байланысты жанрлар жаңалықтар репортаждары, жаңалықтар түсініктемелері және қосымшалар болып бөлінеді. Жаңалықтар жеті түрге жіктеліп қарастырылған: жаңалықтар, ақпараттық бюллетеньдер, сұхбаттар, жалпы репортаждар, жаңалықтар жиынтығы және басқалар.

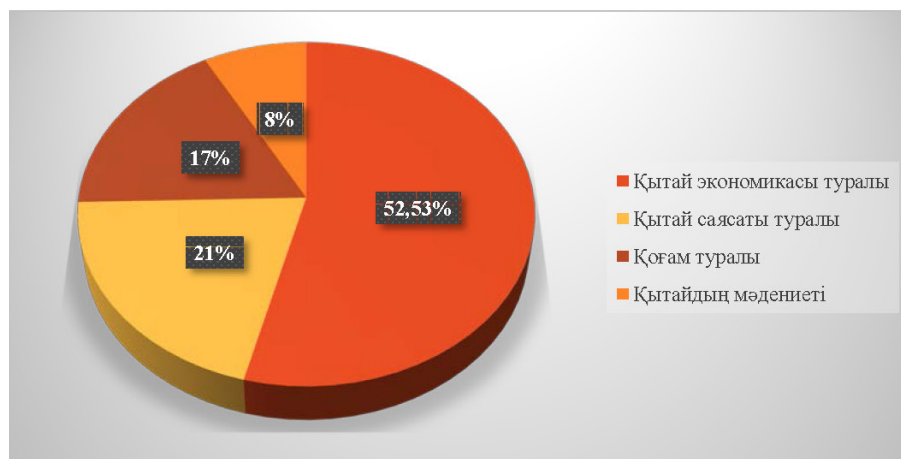
Жаңалықтарға түсініктеме берудің төрт түрі бар: шолу, редакциялық мақала, комментарийлер және басқалар. Қосымшалардың екі түрі бар: жинақтар мен эсселер.

Мақалада авторлар 2013 жылы «Правда» газеті Қытай туралы 198 мақала жарияланғанын және 2014-2017 жылдардың әрқайсысында бұл көрсеткіш іс жүзінде өзгеріссіз қалғанын айтқан (1-кесте).

Қытай туралы «Правда» газетінің ақпараттарды қамтуы бес негізгі бағытқа бөлінеді және пайызға шақсақ төмедегідей мөлшерде (2-сурет).

1-кесте – 2013-2017 жж. «Правда» газетінде Қытай туралы жарияланған мақалалар

Мерзімі	2013	2014	2015	2016	2017
Мақалалар саны	198	290	299	310	288
Процент (%)	14.5	21.2	21.9	22.7	20.8



2-сурет – «Правда» газетіндегі Қытай туралы ақпараттар

Деректерді талдау негізінде зерттеушілер Қытай туралы «Правда» басылымының жаңалықтарының ең көп саны объективті және бейтарап, одан кейін жағымды және бірнеше хабарламалардың жағымсыз сипатта екеніне көз жеткізген. Мәселен, авторлар Қытай саясатын «Правда» басылымының қамту деңгейі жалпы бейтарап және позитивті болғанымен, оның көзқарасы бір сұрақтан екінші сұраққа өткенде айтарлықтай құбылып отыратынын анықтаған. Мысалы, «Правда» газеті 18-ші Ұлттық конгресстен соң және 19-шы Қытай Халық Республикасының Ұлттық конгресін сәтті шақырғаннан кейін Қытай үкіметі ұсынған «Қытай арманы» туралы оң пікір білдіреді, сонымен бірге кейбір Қытай үкіметінің шенеуніктерінің сыбайлас жемқорлыққа қатысы туралы хабарлаған.

Қытайдағы әлеуметтік оқиғалар туралы «Правда» басылымының ақпараттарының 72,49%-ы объективті және бейтарап болғанымен, жағымсыз жаңалықтардың үлесі 18,78% құрайды. «Бұл теріс сипаттағы хабарламалардың әлеуметтік аспектілері негізінен қалаларды басқан қою түтін, азық-түлік қауіпсіздігіне, медициналық мәселелерге, әлеуметтік зорлық-зомбылыққа және басқа да төтенше жағдайларға байланысты болып келеді» – дейді ғалымдар. Мысалы, 2015 жылдың 14 ақпанында «Правда» газетінде жариялаған «Қоршаған ортаның ластануы» атты мақалада: «Әлемдік ресурстар институтының мәліметі бойынша, Қытай 2005 жылы көмірқышқыл газдары мен синтетикалық химиялық заттардың шығарындыларының негізгі көзіне айналды, одан кейін Америка Құрама Штаттары мен Еуропалық Одақ елдері тұр» – деп жазылған.

Қазақстан Қытайдың стратегиялық серіктесі болып табылады және екі ел арасындағы саяси және дипломатиялық қатынастар тығыз, екі тараптың көшбасшылары маңызды халықаралық мәселелер бойынша үнемі кездесіп, пікір алмасады, осы орайда мақала авторлары төмендегідей тұжырым жасайды: «Правда» Қазақстанның ірі негізгі газеті ретінде Қытай мен Қазақстанның дамуындағы маңызды саяси оқиғаларды мұқият қадағалайды. Бес жыл ішінде, 2013 жылдан 2017 жылға дейін «Правда» Қытайдың саяси мәселелерінің 91% – дан астамын объективті және оң көзқараспен қамтыды. Осы бес жыл ішінде «Правда» негізгі баспасөздің бірі ретінде Қытайдың жалпы саяси имиджін ұлы держава ретінде міндеттерді өз мойнына алуға батылы жететін және бүкіл әлемде бейбітшілікті сақтауға мүдделі ел ретінде танытып келеді».

Қазақстанның жетекші газеттері мен журналдары, соның ішінде «Правда», Қытайдың экономикалық дамуының жетістіктерін мойындай отырып және Қытайдың дамуы көрші елдерге пайда әкеледі және Қазақстанның экономикалық дамуына ықпал етеді деп сенеді, сондай-ақ Қытайды «сенімді серіктес» және «сенімді инвестор» ретінде қарастыра отырып, оқиғаларды жариялауда объективті және оң ұстанымға ие деген пікірлер де айтылады. Мысал ретінде, «Правда» басылымы 2015 жылдың 27 қыркүйегінде Қытайдың ең кедей елдердің қарыздарын кешіретінін хабарлап, сонымен қатар бұл елдің дамушы елдерге көмек көрсету үшін 2 миллиард доллар көлемінде қор құратыны туралы да жазылғандығын алға тартады.

Қытай зерттеушілері мақалада Қазақстанның әлемдегі ең маңызды елдердің біріне айналу себебін былайша көрсетеді, яғни оның бірегей географиялық жағдайы, әртүрлі этникалық және мәдени құрамы және орыс тіліне қаныққан Шығыс Еуропалық ойлау жүйесінің қалыптасуы.

Еліміздің ұзақ уақыт бойы Ресейдің «еуразияшылдық» идеологиясының ықпалында болғанына қарамастан, халықаралық аренада «көпжақтылық» саясатын жүргізіп, ірі державалардың ешқайсысын өзінен алшақтатпай ұстаған дипломатиясы да атап өтіледі. Осыған орай, мақалада Батыс державалары, Ресей, ислам елдері мен Қытайдың «геосаяси қиялы» арасындағы тепе-теңдікте халықаралық жағдайға және жаңалықтар оқиғаларының атрибуттарына сәйкес Қазақстанның жетекші баспасөзі «іштару саясатын» таңдауда өте сақ болатыны да баса көрсетілген.

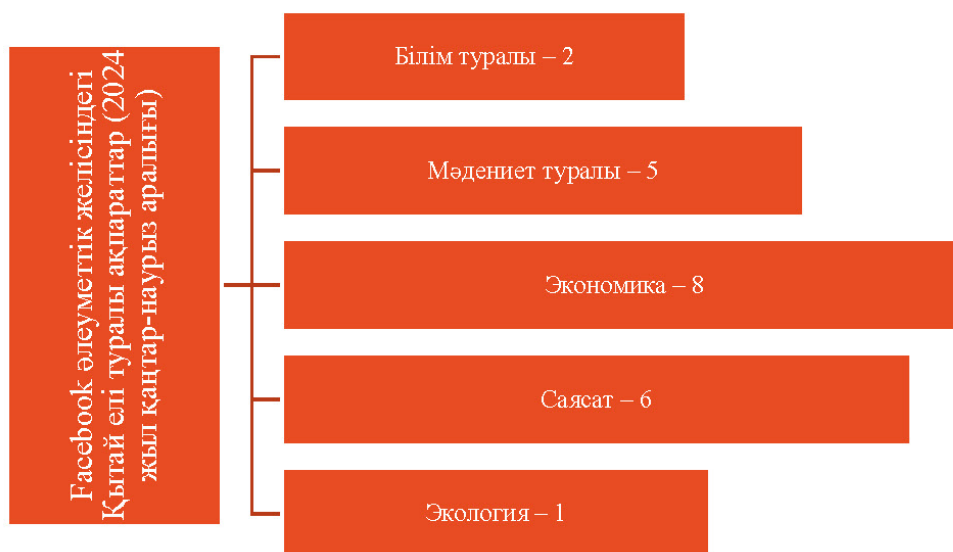
Зерттеушілер елдің жалпы жағымды имиджі аясында әлі де жағымсыз хабарламалар мен сындар бар екенін және мұндай жағымсыз хабарламалар Қытайдың имиджіне айтарлықтай теріс әсер етуі мүмкін екенін билік түсінуі керек дегенді алға тарта отырып, «осы себепті де Қытай дипломатия мен бұқаралық ақпарат құралдары арқылы Орталық Азия елдеріне қатысты ұлы держава ретінде өзінің оң және жауапты имиджін құру жөнінде бастаманы қолға алуы тиіс» деген тұжырым жасайды.

Мақала «Қытай бір жағынан өзінің дамуы үшін басқа елдердің мүдделерін құрбан етпестен, екінші жағынан өз елінің заңды құқықтары мен мүдделерінен ешқашан бастартпай, «қатаң» ұстанымға ие болуы керек. Елдің негізгі мүдделерін қорғаудың мәні ұлттық егемендікті, қауіпсіздік және даму мүдделерін сақтау болып табылады. Сондықтан Қытай әлемге «жылы» және «күшті» ұлы державаның бейнесін жеткізуі керек» деген пікірмен қорытындыланады (She Shihong, Huang Weiyuan, Sartov Yedilikhan, 2020).

Қорыта айтсақ, Қытай ғалымдары ұлттық имидж ұлттық дамудың «жұмсақ күшінің» маңызды бөлігі болып табылатынын және адамдар бұқаралық ақпарат құралдары арқылы белгілі бір елдің ұлттық имиджін жиі танытынын, ұлт беделін жағымды сипатта қабылдау ел ішіндегі ұлт пен ұлттық ынтымақтастықты қалыптастырып қана қоймайды, сонымен қатар халықаралық бірегейлікті нығайтады және сыртқы елдермен жағымды қарым-қатынас жасауға ықпал ететінін баса көрсетеді.

Біз де өз тарапымыздан «Facebook» әлеуметтік желісіндегі Қазақстан сайттары мен блогерлерінің Қытай елі туралы 2024 жылдың қаңтар және наурыз айларында жариялаған ақпараттарын талдап көрдік, нәтижесі төмендегідей:

Жалпы ақпарат көлемі – 22. Жанрларына келсек: ақпарат -19, мақала – 3. Ал тақыраптары төмендегідей (3-сурет):



3-сурет – Тақыраптар

Ақпарат көздері: ресми сайттар – 13, жеке парақшалар – 9.

Жағымды ақпараттар: 16

Жағымсыз ақпараттар: 6.

Енді осы теріс сипаттағы ақпараттарға тоқталып көрейік:

1. Қытай автокөліктерінің сапасы өте төмен бе?! (facebook, 14.02.2024)

2. **«Жерді Қытай сілкіндіріп тұрған жоқ па?»** (facebook, 25.02.2024)

3. **Қытайдың қулығы.** Ерке Жұматай журналист (facebook, 2.03.2024)

4. **Әлі сатылып үлгермеген Қытай жаңа көлігі, сапасыз темірден жасалған.** (facebook, 4.02.2024)

5. **Экология комитеті** 2023 жылы Шығыс Қазақстан облысындағы «Синьсин Құрылыс және даму жөніндегі Қытай компаниясы» ЖШС Қазақстандық филиалына қатысты жоспардан тыс тексеру жүргізілді. Тексеру нәтижелері бойынша бірқатар бұзушылықтар анықталды. (facebook, 15.02.2024)

6. **Евразия ТВ, Қытай халық республикасынан білім алған косметолог қыруар ақшамызды қайтарсын!** Алматыда орналасқан танымал косметологиялық орталықтан білім алған келіншектердің назы көп. (facebook, 1.03.2024)

Бұл зерттеуімізден жоғарыда Қытай зерттеушілері атап өткендей әлеуметтік желілерде еліміздің сайттары мен блогерлер көрші мемлекет туралы тек жағымды ақпарат таратпайды, сонымен қатар теріс сипаттағы хабарларды да жариялап отыратындығына көз жеткіздік.

Қорытынды

Қытай ғалымдарының Қазақстан БАҚ-тарындағы өз елдерінің ұлттық имиджінің қалыптасуы туралы зерттеулерін қарастыра келе төмендегідей ой түйдік:

1. Қытай елі өзінің ұлттық имиджінің сыртқы елдерде қалыптасуына өте сақтықпен қарайды және теріс пікірлер орын ала бастаса ғалымдар

бірден дабыл қағады және құзырлы мемлекеттік органдармен бірігіп бұл бағыттағы шараға ұлт болып жұмылу жұмыстарын жүргізеді;

2. Қытайда ұлттық имидж мәселесі үнемі кешенді түрде және үнемі жаңарып зерттеліп отырады;

3. Барлық зерттеулерде Батыс елдерінің және АҚШ-тың Қытай елінің имиджіне қатысты өз мүдделері бар екені міндетті түрде көрсетіледі;

4. Зерттеушілер мен ғалымдар өздерін ұлттық имидж қалыптастыруға негізгі ықпал етушілерміз деп есептейді.

Еліміздің медиакеңістігіндегі Қытай имиджінің қалыптасуына қатысты сол мемлекеттің ғалымдарының еңбектерін саралай келе төмендегідей ұсыныстарды айтқымыз келеді:

Біріншіден, еліміздің жетекші басылымдарының ұлттық имидж мәселесін көтеруіне жүйелі түрде зерттеу жүргізу отыру қажет;

Екіншіден, Қытай медиакеңістігіндегі қазақ елінің имиджінің қалыптасуына кешенді түрде зерттеулер жүргізу керек;

Үшіншіден, Шетелдік жетекші БАҚ-тардағы Қазақстан имиджі туралы ақпараттарды кешенді түрде зерттеп, сындарлы көзқараспен саралап отыру қажет және де бұл бағытта ұлт болып жұмылу шараларын билік органдарымен бірігіп атқарған дұрыс болар еді;

Төртіншіден, Ұлттық имидж мәселесі тек ғалымдардың емес, барлық БАҚ өкілдерінің қырағы назарында болып, бұл орайда олардың сауаттылығын арттыру шаралары қолға алынса жөн болады;

Бесіншіден, еліміздің «Халықаралық журналистика» мамандықтарында «Қытайдың жетекші БАҚ-тарындағы ұлттық имидж мәселесі» атты элективті курстар ашылса.

Жалпы, зерттеу тақырыбымызды қорытындылай келе, әсіресе, Қытай сияқты әлемнің дамыған елінің ұлттық имидж мәселесін ұлт деңгейінде қарастырып, әрі бұл бағыттағы кешенді шараларды ел болып жұмыла атқару тәжірибесі біздің еліміз үшін үлгі тұтар ұстаным болуы тиіс деген тұжырымды алға тартқымыз келеді.

Әдебиеттер

Гельвиг С. Я. Китай и Казахстан: новый уровень развития отношений в контексте инициативы «один пояс, один путь» // Вестник Тихоокеанского Государственного Университета. 2020. № 1 (56). – С. 81–88.

Го Лицзюнь, Цзюй Чуанья. Инициатива «Один пояс, один путь» в новостном дискурсе ведущих СМИ Республики Беларусь // Политическая лингвистика. 2021. № 4. – С. 116–127.

Го Лицзюнь, Чжан Цзяхуэй Взгляд на китай казахстанских СМИ сквозь призму инициативы «один пояс – один путь» / Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). – С. 108–119. ISSN 2070-0695 (print), 111-с.

Juyan Zhang, Shahira S. Fahmy, Seok Kang Exploring the impacts of national image, service quality, and perceived value on international tourist behaviors: A Nepali case/ *Journal of Vacation Marketing* 26(1):2-16 July 2020 // – Available at: https://www.researchgate.net/publication/343083597_Exploring_the_impacts_of_national_image_service_quality_and_perceived_value_on_international_tourist_behaviors_A_Nepali_case

Zhen Qi and others The Effect of China’s Overseas Engineering Projects on National Image: Empirical Analysis Based on Global Survey Data / *The Chinese Journal of International Politics*, Volume 16, Issue 4, Winter 2023, Pages 431–456 // – Available at: <https://academic.oup.com/cjip/article-abstract/16/4/431/7503825?redirectedFrom=fulltext>

Зуенко И. Ю. Один «Пояс», два пути: восприятие китайских интеграционных инициатив в России и Казахстане (2014–2017) // *Россия и АТР*. 2018. № 1. – С. 118–132.

Курамаева Г., Нурдаuletова С. Политика «мягкой силы» КНР в отношении стран Центральной Азии (на примере Казахстана) // *Центральная Азия и Кавказ*. 2018. Т. 21, № 3. Режим доступа: URL: https://ca-c.org.ru/journal/2018/journal_rus/cac-03/02.shtml (дата обращения: 28.03.2024).

Inbok Rhee A Comprehensive Study of National Image/ *KDI School of Public Policy and Management* №22-07 October 24, 2022/ // – Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4323476

Li Tsi. (2020). Stigmatization of Chinese Public Opinion in Central Asia: Causes and Solutions]. [*Journal of Shaanxi Normal University (publication on philosophy and social sciences)*, 49 (05), p. 5–24. (in Chin.)

Тоқеева А., Раев Д., Дауен Д. Один Пояс – Один Путь. Выгоды и перспективы для Казахстана // *Центральная Азия и Кавказ*. 2020. Т. 23, № 1. URL: https://ca-c.org.ru/journal/2020/journal_rus/cac-01/07.shtml (дата обращения: 29.09.2021),

Чернышев А. А., Чернышева Н. А. «Один пояс и один путь»: анализ эффектов внешнеторговой политики Китая на Россию и Казахстан // *Риск: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция*. 2019. № 1. – С. 230–234.

She Shikhun, Khuan Veyuuan, Sartov I. Building a Chinese image in the leading mass-media of Kazakhstan – content analysis of news related to China in the period 2013–2017 in «Kazakhstanskaya Pravda». [*News and communication comments*], 73 (01), p. 107–116. (in Chin.)

She Shihong, Huang Weiyuan, Sartov Yedilikhhan Kazakhstan’s mainstream newspapers and periodicals construct China’s National image *Journalism & Communication* Vol.73, No.1 January 2020, p. 107-116. – Available at: https://wenku.baidu.com/view/880fe7de4a2fb4daa58da0116c175f0e7dd11903?fr=xueshu_top&_wkts_=1711535779517/

Falk Hartig How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests/ *International Studies Review*, Volume 18, Issue 4, December 2016, Pages 655–680 // – Available at: <https://academic.oup.com/isr/article-abstract/18/4/655/2669501?redirectedFrom=fulltext>

Fan Xiaolin China’s Image in Kazakhstan’s Mainstream Online Media. – Available at: <https://www.doc88.com/p-9621748768623.html> Issue 5, 2016, *Tribune of Social Sciences in Xinjiang*, p. 88-91.

Yue Hu, Yufei Sun, Donald Lien The Resistance and Resilience of National Image Building: An Empirical Analysis of Confucius Institute Closures in the USA. *The Chinese Journal of International Politics*, Volume 15, Issue 2, Summer 2022, Pages 209–226, 27 April 2022 // – Available at: <https://academic.oup.com/cjip/article-abstract/15/2/209/6574938>

Электронды ресурс

Әлі сатылып үлгермеген Қытай жаңа көлігі, сапасыз темірден жасалған. – Сілтеме: <https://www.facebook.com/sogar.taw/videos/1766179937207914> 4- ақпан;

Возрождение Великого шелкового пути: перспективы с точки зрения казахстанско-китайского сотрудничества // <http://russian.people.com.cn/95181/8470638.html>7 (дата обращения: 28.03.2024)

«Жерді Қытай сілкіндіріп тұрған жоқ па?». – Сілтеме: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rDrJiRz5FfJsZJRgKbtbRmNewху6gxDuzFJuFS7cffNJJbtvzrD8Yt52skqKR661&id=100009093598935 25- ақпан;

Жұматай Е. Қытайдың қулығы. / – Сілтеме: <https://www.facebook.com/akkuba.kiz/posts/pfbid06VZATg28oM1E2tmLcGoqStEDrhfV1U5jmPEwZD7dJuxgCmvCURETV9H6nGekRrj112> наурыз;

Какова роль Казахстана в Новом Шёлковом пути. Режим доступа: https://forbes.kz/finances/markets/kazakhstan_i_novyyi_shelkovyiy_put/ (дата обращения: 28.03.2024)

Қытай автокөлектерінің сапасы өте төмен бе?! – Сілтеме: <https://www.facebook.com/groups/1990172814443139/permalink/6860782154048823/> 14- ақпан;

Қытай халық республикасынан білім алған косметолог қыруар ақшамызды қайтарсын! – Сілтеме: <https://www.facebook.com/1tvkz/posts/pfbid02WUTJPdRd5gQi6pjRg81MFeukWAuPGpnnf1iurkuDgX8cUxn65jNHqDXdVGHPVq8l>

Экология комитеті 2023 жылы Шығыс Қазақстан облысындағы «Синьсин Құрылыс және даму жөніндегі Қытай компаниясы» ЖШС Қазақстандық филиалына қатысты жоспардан тыс тексеру жүргізілді. Сілтеме: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0D25RptHtgs8ZUikVnCwKYyEgV6y5WQ2hiq3VgtGAFdhNsZCtuVcbFYM6dHxsxdFBl&id=100032123988357 15- ақпан.

References

Gelvig S. YI. Kitai I Kazakhstan: novyi uroven razbitia otnoshenii v kontekste initsiativy «odin poias, odin put» [China and Kazakhstan: a new level of development of relations in the context of the “One Belt, one Road” initiative] // *Vestnik Tihookeanskogo Gosudarstvennogo universiteta*. 2020. № 1 (56). – S. 81–88.

Go Litseziun, Tseziu Chuania. Initseiativa «odin poias, odin put» v novostnom diskurse vedushih SMI Respubliki Belarus [The initiative “One Belt, one Way” in the news discourse of the leading media of the Republic of Belarus] // *Politicheskaia lingvistika*. 2021. № 4. – S. 116–127.

Go Litseziun, Chzhan Tseziuhuei Vzgliad na Kitai kazakhstanskih SMI skvoz prizmu Initseiativy «odin poias, odin put» [A look at China by the Kazakh media through the prism of the “one belt, one Road” initiative] // *Znak: problemnoe pole mediaobrazobaniia*. 2022. № 2 (44). – S. 108–119. ISSN 2070-0695 (print), 111-6.

Juyan Zhang, Shahira S. Fahmy, Seok Kang Exploring the impacts of national image, service quality, and perceived value on international tourist behaviors: A Nepali case/ *Journal of Vacation Marketing* 26(1):2-16 July 2020 // – Available at: https://www.researchgate.net/publication/343083597_Exploring_the_impacts_of_national_image_service_quality_and_perceived_value_on_international_tourist_behaviors_A_Nepali_case

Zhen Qi and others The Effect of China’s Overseas Engineering Projects on National Image: Empirical Analysis Based on Global Survey Data / *The Chinese Journal of International Politics*, Volume 16, Issue 4, Winter 2023, Pages 431–456 // – Available at: <https://academic.oup.com/cjip/article-abstract/16/4/431/7503825?redirectedFrom=fulltext>

Zuenko I.IU. «Odin poias, dva puti: vospriatie kitaiskih integratsionnyh initseiativ v Rossii i Kazakhstane (2014–2017) [One Belt, two Paths: the perception of Chinese integration initiatives in Russia and Kazakhstan] // *Россия и АТР*. 2018. № 1. – S. 118–132,

Kuramaeva G., Nurdavletova S. Politika «miagkoi sily» KNR v otnosheni stran Tseentralnoi (na primere Kazakhstana) // *Tseentralnaia Azia i Kavkaz*. 2018. T. 21, № 3. – Available at: URL: https://ca-c.org.ru/journal/2018/journal_rus/cac-03/02.shtml (28.03.2024).

Inbok Rhee A Comprehensive Study of National Image/ *KDI School of Public Policy and Management* №22-07 October 24, 2022/ // – Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4323476

Li Tsi Stigmatization of Chinese Public Opinion in Central Asia: Causes and Solutions]. [Journal of Shaanxi Normal University (publication on philosophy and social sciences), 49 (05), pp. 5–24. (in Chin.)

Tokeeva A., Raiev D., Dauen D. «Odin poias, odin put». Vygody i perspektivy dlia Kazakhstana // *Tseentralnaia Azia i Kavkaz*. 2020. T. 23, № 1. – Available at: URL: https://ca-c.org.ru/journal/2020/journal_rus/cac-01/07.shtml (дата обращения: 29.09.2021),

Chernyshev A. A., Chernysheva N. A. «Odin poias, odin put»: analiz effektiv vnesnetorgovoi politiki Kitaia na Rossiiu i Kazakhstan [“One Belt and One Road”: analysis of the effects of China’s foreign trade policy on Russia and Kazakhstan] // *Risk: Resursy, Informatseia, Konkurentseia*. 2019. № 1. – S. 230–234,

She Shikhun, Khuan Veyuan, Sartov L. Building a Chinese image in the leading mass-media of Kazakhstan – content analysis of news related to China in the period 2013–2017 in «Kazakhstanskaya Pravda». [News and communication comments], 73 (01), pp. 107–116. (in Chin.)]

She Shihong, Huang Weiyuan, Sartov Yedilikhan Kazakhstan’s mainstream newspapers and periodicals construct China’s National image *Journalism & Communication* Vol.73, No.1 January 2020, p. 107-116. – Available at: https://wenku.baidu.com/view/880fe7de4a2fb4daa58da0116c175f0e7dd11903?fr=xueshu_top&_wks_=1711535779517

Falk Hartig How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests/ *International Studies Review*, Volume 18, Issue 4, December 2016, Pages 655–680 // – Available at: <https://academic.oup.com/isr/article-abstract/18/4/655/2669501?redirectedFrom=fulltext>

Fan Xiaolin China’s Image in Kazakhstan’s Mainstream Online Media. – Available at: <https://www.doc88.com/p-9621748768623.html> Issue 5, 2016, *Tribune of Social Sciences in Xinjiang*, p. 88-91.

Yue Hu, Yufei Sun, Donald Lien The Resistance and Resilience of National Image Building: An Empirical Analysis of Confucius Institute Closures in the USA. *The Chinese Journal of International Politics*, Volume 15, Issue 2, Summer 2022, Pages 209–226, 27 April 2022 // – Available at: <https://academic.oup.com/cjip/article-abstract/15/2/209/6574938>

Electronic resources

Ali satyp ulgermegem Kitai zhana koligi, sapasyz temirden zhasalgan. – Available at: <https://www.facebook.com/sogar.taw/videos/1766179937207914> 4 ақпан;

Vosrozhdenie Shelkovogo puti: perspektivy s tochki zrenia kazakhstansko-kitaiskogo sotrudnichestva //– Available at: <http://russian.people.com.cn/95181/8470638.html>7

«Zherdi Kitai silkindirip turgan zhok pa?». – Available at: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rDrJiRz5FfJsZJRgKbtbRmNwxy6gxDuzFJuFS7cffNJJbtvzrD8Yt52skqKR66l&id=100009093598935, 25.02.2024;

Zhumatai E. Kitaidyn kulygy. / – Available at: <https://www.facebook.com/akkuba.kiz/posts/pfbid06VZATg28oM1E2tmLcGoqStEDrhfV1U5jmPEwZD7dJuxgCmvCURETV9H6nGekRrj1I> 2.03.2024;

Kakovo rol Kazakhstana v Novom Sholkovom puti. – Available at: https://forbes.kz/finances/markets/kazahstan_i_novyiy_shelkovyy_put/ (28.03.2024)

Kitai avtokolikerinin sapasy ote tomen be?! – Available at: <https://www.facebook.com/groups/1990172814443139/permalink/6860782154048823/> 14 ақпан;

KHR-dan bilim algan kosmetolog kyruar akshamyzdy kaitarsyn! – Available at: <https://www.facebook.com/1tvkz/posts/pfbid-02WUTJpDrd5gQi6pjRg81MFeukWAuPGpnnfIiurkuqDgX8cUxn65jNHqDXdVGHPVq8l>

Ekologia komiteti 2023 zhyly Shygys Kazakhstan oblysyndagy «Sinsin kurylys zhane damu zhonindegi Kitai kompaniasy» ZH-SHS Kazakhstandyk filialyna zhospardan tys tekseru zhurgizildi. – Available at: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0D25RptHtgs8ZUikVnCWkYyEgV6y5WQ2hiq3VgtGAFdhNsZCtuVcbFYM6dHxstdFB1&id=100032123988357 15.02.2024.

Авторлар туралы мәлімет:

Ошанова Орынтай Жаңабайқызы – филология ғылымдарының кандидаты, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың ЮНЕСКО-ның журналистика және коммуникация кафедрасының қауымдастырылған профессоры (Алматы қаласы, Қазақстан, эл.почта: oryntay73@gmail.com).

Information about authors:

Oshanova Oryntay – candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism and Communications of UNESCO Al-Farabi Kazakh National University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: oryntay73@gmail.com).

Келіп түсті: 15 қаңтар 2024 жыл
Қабылданды: 21 наурыз 2024 жыл