**Маулит. Б. 1, Шәріпқазы Н.2**

**1**Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ.Оқытушы

Алматы қ., Қазақстан

E-mail:Bakitnur76mail.ru

**2**Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ оқытушы,

Алматы қ., Қазақстан

E-mail:[nuriknaiman16@gmail.com](mailto:nuriknaiman16@gmail.com)

**ҚЫТАЙ ИМИДЖІНІҢ ҚАЛЫПТАСУ фАКТОРЫ*.***

**Аңдатпа**

Бұл мақалада Қытай Халық Республикасының халықаралық имиджінің қалыптасуының ішкі және сыртқы факторлары қарастырылған. Қытай үшін халықаралық имидждікті дамыту жоғары орынды иеленеді, себебі бұл Қытайды әлемге танытудың негізгі тәсілдерінің бірі болып табылады. Мақалада имидждік сипаттамалардың негізгі үш түрі қарастырылған. Халықаралық имиджді қалыптастыруда халықтың мәдени мұрасы мен оның шығармашылық экономикасын бейнелеу әлеуетін қолданады.

Түйін сөздер:халықаралық имидж, ішкі фактор, сыртқы фактор.

**Кіріспе:** мемлекет имиджі бүгінде оның ұлттық мұдделерін қорғайтын маңызды құрал болғандықтан, оның бүлінуі немесе жойылуы мемлекетке зиян келтіруі мүмкін. 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.сол себепті қарстырылып отырған тақырыпты ғылыми сұранысқа негізделген деуге болады.

**Материалдар мен әдістер.** Жұмыстың теориялық-әдіснамалық негізін көптеген ішкі және сыртқы факторлардың әсер еткен кешенді интеграцияланған жүйе ретінде қарастырылатын жүйелік және құрылымдық-функционадық тәсілдер құрайды. Тарихи көзқарас имидж қалыптастыру саласындағы мемлекеттік саясаттың даму сатыларын көрсетуге мүмкіндік берді. Сонымен қатар, Қытайдың халықаралық имиджін әлемдік үрдісте қалыптастыру мәселесі ақпараттық қоғам теориясы мен коммуникативтік көзқарас тұрғысынан талданды.Атап айтқанда, ақпараттық қоғам теориясы (Э. Тоффлер, Д. Белл) мемлекеттің имиджін ғаламдық ақпараттық өрістің құрамдасы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Өз кезегінде, Г. Лассуэлл, К. Шеннон, У. Уивердің коммуникативтік үлгілері имидждің ерекшелігін ақпаратты қалыптастырудың, тарату мен қабылдаудың тиісті құрылымы мен сипаттамалары бар байланыс түрі ретінде ашуға мүмкіндік береді.

**Әдістері:** мақалада мынадай әдістер қолданылды: жүйелі талдау, салыстырмалы талдау，компаративтік талдау. Сонымен қатар, мақалада жалпы ғылыми әдістер қолданылды: индукция, дедукция, талдау, синтез, салыстыру.

Жүйелі талдау имиджді саяси саланың жүйесінің мәнмәтіні ретінде қарастыруға мүмкіндік берді;

Компаративтік талдау негізінде, мемлекеттің бет-бейнесінің құрлысының ерекшелігін анықтадық.

**Талқылау нәтижесі:**Қытайдың халықаралық имиджінің қалыптасуына бірқатар факторлар әсер етеді, оларды қуатты стратегия құруда ескерген. Оларға халықаралық бәсекелестіктің қарқындауы, халықаралық имидждің қалыптасуына кедергі болатын мәселелер, аса коммуникативті қоғам құру сияқты сыртқы факторлар, мемлекеттің сыртқы және ішкі имидждері арасындағы белгілі бір қарама-қайшылықтардың болуы, мемлекеттің мәдени потенциалы, ұлттық бірегейлік сияқты ішкі факторлар жатады.

Қазіргі Қытайдың халықаралық имиджін көтеру мемлекеттің қалаған имиджін бейнелейтін ресми түрде тұжырымдалған идеялар негізінде қаланған. ҚХР-сы халықаралық аренада имидж саясатын жүргізуде екі түрлі бағытты ұстанады. Біріншіден, батыстың дамыған мемлекеттеріне арналған стратегиясында Қытай өз мәдениетін, дәстүрлі құндылықтарын, саяси көзқарастарын түсіндіруге және әртүрлі мемлекеттердің бейбіт қатар өмір сүру идеясын кеңінен таратуға баса назар аударады. Екіншіден, дамушы мемлекеттерге бағытталады, өздерін дамушы елдердің көшбасшысы ретінде көрсетіп, Қытайдың рөлі мен дамушы мемлекеттердің ортақ тағдыры туралы идеяны кеңінен таратады. Мұның өзі тақырыптың әлі де зерттеле түсу керектігін айғақтайды.

Қытайдың халықаралық имиджін әлемдік үрдісте қалыптастыру мәселесі ақпараттық қоғам теориясы мен коммуникативтік көзқарас тұрғысынан талданды.Атап айтқанда, ақпараттық қоғам теориясы (Э. Тоффлер, Д. Белл) мемлекеттің имиджін ғаламдық ақпараттық өрістің құрамдасы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

**Нәтижесі:**Мақалада негізінен қазіргі Қытайдың халықаралық имиджін көтеру мемлекеттің қалаған имиджін бейнелейтін ресми түрде тұжырымдалған идеялар негізінде қаланған. ҚХР-сы халықаралық аренада имидж саясатын жүргізуде екі түрлі бағытты ұстанады. Біріншіден, батыстың дамыған мемлекеттеріне арналған стратегиясында Қытай өз мәдениетін, дәстүрлі құндылықтарын, саяси көзқарастарын түсіндіруге және әртүрлі мемлекеттердің бейбіт қатар өмір сүру идеясын кеңінен таратуға баса назар аударады. Екіншіден, дамушы мемлекеттерге бағытталады, өздерін дамушы елдердің көшбасшысы ретінде көрсетіп, Қытайдың рөлі мен дамушы мемлекеттердің ортақ тағдыры туралы идеяны кеңінен талднып ашылып көрсетіледі.

**Негізгі бөлім**

Әлемдегі әлеуметтік-экономикалық, саяси және мәдени дамудың қазіргі кезеңінің негізгі сипаттамаларының бірі - шектеулі инвестициялық ресурстар үшін мемлекеттер, халықаралық және аймақтық ұйымдар, өңірлер, қалалар мен кәсіпорындар арасындағы қатаң бәсекелестіктің болуы.Мұндай жағдайларда аумақтық және әлеуметтік-экономикалық субъектілерді дамыту стратегиясын ойдағыдай іске асыру үшін қоғамның тиімді кері байланысын қамтамасыз ететін тиісті қауымдастықтардың билік органдары мен басқару құрылымдарының имидждік саясаты маңызды рөл атқарады.

Мемлекеттің имидждік саясаты мен кез келген басқа мемлекеттік саяси қызмет арасындағы айтарлықтай айырмашылық, бұл аумақтық бірлікті дамыту стратегиялары мен жоспарларын әзірлеумен шектелмей, сонымен қатар, инвестициялық, мәдени, әлеуметтік-экономикалық, саяси және, жалпы алғанда, имидждік тартымдылыққа да назар аударады.

Мемлекеттің саяси стратегиялық имиджі бұл саяси мекеменің саяси мақсаттары, мәртебесі, нақты құқықтары мен міндеттері туралы, өз халқына және тұтастай алғанда әлемдік қоғамдастыққа қатысты ақпарат беретіндігімен ерекшеленеді.Саяси имиджді қалыптастыру әртүрлі мүшелердің: имидждік сипаттама тасушылардың, имиджер жасаушылардың (имиджмейкер) және мақсатқа бағытталған аудиториялардың өзара әрекеттесу процесінде жүреді.Бүгінгі күні бұл өзара әрекеттестік бұрын тек экономикалық және коммерциялық салаларда қолданылса,қазір тәжірибе, білім, маркетинг және PR технологияларын пайдалануды талап етеді, сондай-ақ бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалы арта түсуде.

Бүгінгі таңда Қытайда имидждік саясат басты рөлге ие болады және халықаралық имиджді нығайту елдің сыртқы саяси стратегиясында жазылған негізгі ұлттық мүдделерінің бірі болып табылады.Қытайдың қазіргі басшылығы қазіргі жағдайда елдің оң имиджін және оны оңтайландыру бойынша тиімді жұмыс атқаратыны өте маңызды екенін мойындайды.

Қытайдың ақпараттық әсер ету арқылы оң имиджін қалыптастыруға жауапты негізгі институттардың бірі Қытай Коммунистік партиясы (ҚКП) және оның арнайы үгіт-насихат органдары. Елдегі және одан тыс жерлердегі барлық саяси, экономикалық және әлеуметтік іс-шаралар партияның тапсырмасы бойынша қызмет етіп, оның жіті бақылауында болады.Сонымен қатар, бұл ҚКП-нің арнаулы органдары мұқият бақылайтын ақпараттық ағындарды бақылауына да қатысты.Ең беделді партиялық ұйымдардың бірі ҚКП Орталық комитетінің насихат бөлімі болып табылады.Ақпараттық кеңістікті бақылау, бұқаралық ақпарат құралдарын бақылау және цензураны басқару жөніндегі қызметті насихаттау және үйлестіруді басқаратын партияның құрылымдық бөлімшесі болып табылады (Чернобай А., 2011: 3).Насихат бөлімінің маңызды функциялары: идеология, баспасөз және теледидар саясатын, білім беру саясатын бақылау.Насихаттық бөлім бұқаралық ақпарат құралдарына, мәдениет, баспасөз, баспа, теледидар, кино және радионы басқаратын мекемелер мен мекемелер желісін бақылайды

Ақпараттық ағымдарды бақылау арқылы сыртқы саяси имиджді қалыптастыруда Қытайдың жоғарғы атқарушы органының – ҚХР Мемлекеттік кеңесі маңызды рөлі атқарады. 2004 жылы Мемлекеттік Кеңестің шешімімен мәдениет саласындағы тексеру, басқару және қадағалау қызметі ҚХР Мәдениет министрлігіне тапсырылды. 2010 жылы Ақпаратты бақылау жөніндегі мемлекеттік кеңестің бұрынғы бюросымен қатар жұмыс істеген Жаңалықтар үйлестіру бюросы құрылды. Оның міндеттері - әлеуметтік желілерде, блогтарда және форумдарда орналастырылған ақпараттарды тексеру. Тәжірибелік деңгейде ақпараттық жұмысты ҚХР Мемлекеттік Кеңесінің баспасөз қызметі қадағалайды. Өзінің тікелей бағыныштылығында орталық ақпараттық агенттіктер, баспагерлер, теледидар, негізгі интернет-порталдары бар (Широченко, 2014: 4).

Баспасөз қызметі сыртқы насихаттаумен айналысады, шетелдік аудиторияға бағытталған қытай насихатын үйлестіреді, туындаған шиеленістерді немесе қарама-қайшылықтарды тегістейді.2011 жылдың мамыр айында ҚХР-да Интернеттегі ақпарат жайында Мемлекеттік хатшылық ашылды, ол Интернетті бақылаумен айналысатын және Пекинге қажет емес ақпарат тарататын сайттарды блоктайтын елдегі бірінші ұйым болды. Жаңа агенттік Интернетке қатысты бизнес-жобаларды әкімшілік лицензиялауға жауапты және Интернеттегі ойын индустриясының дамуын бақылайды. Мемлекеттік кеңестің Ақпараттық агенттігі жанынан Интернетте насихаттау жөніндегі әкімшілік бюро құрылды. Бюро Қытайдың маңызды саясатын жүзеге асырумен – «электрондық үкіметті» енгізу және насихаттаумен айналысады. Онлайн-мониторингті жүргізетін негізгі мемлекеттік мекеме – Мемлекеттік қауіпсіздік министрлігі (Габуев,2011:5).

***Жоғары коммуникациялық қоғамды қалыптастыру (фактор).***

Қытай мемлекет бейнесінің өздігінен қалыптасуына қарсы тұру үшін күштер мен активтерді уақытында кеңінен қолдануға мүмкіндік беретін ақпараттық қайшылықтардың күшті мемлекеттік жүйесі құрылды.Маңызды мемлекеттік құрылымдар – Қытай Халық Республикасының Мемлекеттік кеңесі жанындағы Ғылыми-зерттеу бюросы және Мемлекеттік қауіпсіздік министрлігінің жүйелік талдау орталығы.Ақпараттық қарсыласуды жүргізудің қытайлық жүйесі қаржы саласында ең тиімді болып табылады.Ол әлемнің түрлі мемлекеттерінің диаспораларынан және барлау қызметтерінен ақпарат алады.Тынық мұхит аймағы елдерінің БАҚ-на жалпы бақылау жүргізеді.Көптеген бұқаралық ақпарат құралдарынытайлық барлаушылардың агенттері мен қызметкерлері сатып алды. Бақыланатын БАҚ арқылы белсенді кешенді ақпараттық-психологиялық операциялар жүзеге асырылады. Сонымен қатар, осы қызметке қатысатын кейбір министрліктер мен ведомстволар қатаң анықталған функцияларды орындайды.Ішкі істер министрлігі қытайлық пайдаланушыларға қытай билігі, шетелдік веб-сайттар тұрғысынан жағымсыз сайттарды бұғаттайды.Ішкі істер министрлігі ақпаратты сүзгілеудіңмықтыжүйесін әзірлеп, енгізді.Ғаламтор кеңістігін басқаратын киберполиция саны 30 мың адамнан асады.Қытайдың Мемлекеттік қауіпсіздік министрлігі тұтынушыларды, сайттарды бақылайды, тергеу қызметін атқарып, қылмыскерлерді қудалайды.Қоғамдық қауіпсіздік министрлігі Интернет-контенттің мазмұнын мұқият қадағалайды, қалаусыз материалдарды алып тастайды, Қытай аумағындағы олардыңтаралуын бұғаттайды. Өндіріс және ақпарат министрлігі телекоммуникация инфрақұрылымын (интернет және ұялы телефондар), жеке провайдерлерді лицензиялауды, техникалық цензура жүйелерінің мониторингісін бақылайды(http://www.contentfiltering.ru, Цензура Интернета в Китае 05.04.2019: ).

ҚХР-ның сыртқы саяси имиджін қалыптастыратын БАҚ-тардың арасында «Жэньминь жибао» Орталық Комитетінің ресми баспа басылымы Қытай күнделікті газеті.Қытай, орыс, ағылшын, жапон, француз, испан, араб, моңғол, тибет, ұйғыр, қазақ, корей және чжуан тілдерінде шығарылады.

«People’s Daily Online»газетінің веб-сайты Интернетте қытай тіліндегі ірі ақпараттық сайттың орнын алады.Сайтты 1997 жылдан бері құрған сәттен бастап, газет мемлекеттіңоңды имиджін қалыптастыру үшін«Қытайдың дауысын әлемге тарату»міндетін қойды.1997 жылы«Жэньминь жибао» холдингі компаниясы www.people.com.cn – Қытай Халық Республикасының ең ірі ақпараттық порталы (күнделікті 150 миллион рет қатысуы) іске қосты.Ақпараттары шет тілдерінде, соның ішінде орыс, ағылшын, жапон, корей, француз, испан және араб тілдерінде жарияланады.Мақалаларды дайындаған кезде мыңдаған газет корреспонденттері бүкіл әлем бойынша 70 кеңседе жұмыс істейді, олардың ішіндегі ең үлкені АҚШ пен Жапонияда(Евдокимов Е. ，2011:1）.

1981 жылы күнделікті қытайлық қоғамдық-саяси China Daily газеті шығарыла бастады.Қазіргі уақытта Қытайда күнделікті газет ағылшын тілінде таратылады, ол Қытайда жарияланады (500 000-нан астам көшірме, олардың кейбіреуі шетелде).Кеңселер Қытайдың барлық ірі қалаларында, сондай-ақ Нью-Йоркте, Вашингтонда және Лондонда ашылған. Газеттің арнайы басылымдары АҚШ, Гонконг және Еуропада жарияланады.«China Daily» газетінің онлайн-нұсқасы - www.chinadaily.com.cn - Қытайда шетелдік аудиторияға бағытталған алғашқы ақпараттық интернет-сайты болды.Қытай және ағылшын тілдерінде күнделікті 1600-ден астам хабарлар жарияланады, оларды 5 миллионнан астам пайдаланушылар қарайды(Березин，2014:14).

***Жаңа кедергілердің пайда болуы және халықаралық имиджді қалыптастыру проблемалары (фактор).***

Шетелде Қытайға және оның халықаралық саясатына қатыстысенімсіздік және күдік әлі де бар.Шетелдіктердің басым көпшілігінің алдында Аспан асты елі ескірген идеялардың, фантастикалық үміттердің, қайтымсыз нанымдардың және негізсіз қорқыныштардың жиынтығы болып табылады.Әрине, мұның бәрі Қытайға сыртқы сенім әлеуетін жинақтауға мүмкіндік бермейді.

«Бренд Қытай» кітабының авторы Джошуа Рамоның айтуынша, Қытайдың ұлттық имиджі (экономикалық өсім, Тайвань, Тибет және т.б.) және тактикалық тапсырмаларды шешумен байланысты (өмір сапасын жақсарту, экологиялық қауіпсіздікті қолдау, басқа технология және білім беру саласындағы мемлекеттер және т.б.)(Соловьева ，2012:31)

Мәселені шешудің ең жақсы тәсілі - бұл басқа елдер сияқты, оны тану, өйткені өз проблемаларын жоққа шығару арқылы ел өзінің қауіпсіздігіне көз жеткізіп, үлкен сынға ұшырайды.Адамдар Қытай туралы әңгімелерді бір жақты және толық емес деп есептеуі мүмкін, «сенім» жетіспеуіне байланысты жағымды жаңалықтарға сенімі азаяды.Осылайша, 2014 жылы Пекин жалған ақпараттарды, шындықты жасыруды және елдегі бас тартуды, сондай-ақ Қытай имиджін қалыптастыру туралы өз пікірін білдірді.Мысалы, 2003 жылы атипиялық пневмония эпидемиясы кезінде үкіметтің бастапқы реакциясы жеткіліксіз болды.Жергілікті Гуанчжоу, Бейжің және басқа да қалалар органдары, сондай-ақ Денсаулық сақтау орталық үкіметтің министрлігі эпидемияны жасыру туралы шешім қабылдады, себебі «тұрақтылықты сақтау барлығы үшін өте маңызды» болды.Олар шындықты орталық билікке, сондай-ақ жұртшылыққа айтудан бас тартты. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымдарына шынайы ақпарат тым кеш берілді.Қытаймен, соның ішінде Сингапурмен жақсы қарым-қатынаста болған елдердің көшбасшылары бұл жағдайда Қытай үкіметін қатты сынға алды. Уақытылы нақты ақпараттың болмауына байланысты дүрбелең болды, сондай-ақ бұл Қытайдың халықаралық имиджіне және беделіне нұқсан келтірді.

Бейжіңде, сондай-ақ Қытайдың басқа да аймақтарында қоршаған ортаның ластануына байланысты маңызды мәселелер бар.Жаһандану үрдісі Қытайды елеулі экологиялық мәселелердің бар екендігін мойындатты.Қытайлық билік белсенді жұмыс бастауға мәжбүр болды, бұл Батыста Қытайдың имиджіне балама ретінде «негізгі әлемдік ластаушы» ретінде оң экологиялық бейнесін қалыптастыру. Бейжің «экологиялық дипломатия» деген арнайы құрал жасады.Ол халықаралық экологиялық салада қытайлық бастамаларды белсенді халықаралық-құқықтық тіркеуді болжайды.2009 жылы БРИКС жобасы шеңберінде Қытай Оңтүстік Африка Республикасы, Бразилиян, Үндістан мен Қытайды құрайтын экологиялық топ құруға бастамашы болды.Бүгінгі күні Қытай Ресей, АҚШ, Жапония, Канада және басқа елдермен 42 экологиялық келісімдерге қол қойды.2013 жылдың шілдесінде Вашингтонда өткен Қытай-АҚШ стратегиялық және экономикалық диалогының бесінші раундының аясында бес бағыт бойынша бірлескен топтың жұмыс жоспарлары келісілді, соның ішінде «жасыл экономиканы» құру бойынша ынтымақтастық, ірі көліктер шығарындыларын азайту және т.б. (Березин ，2014:14).

Қоршаған ортаға келетін болсақ, ҚХР төрағасы Си Цзиньпин «Бір белдеу, бір жол» деп аталатын қытай бастамасы аясында әрбір қытайлықтың «жасыл экономиканың» дамуына және табиғи ортаны сақтап қалуға үлес қосуы керектігін айтады.Қытайдың жалпы, толыққанды имиджінің бір бөлігі ретінде оңтайлы экологиялық бейнені қалыптастыру үшін Қытай жаңа реформаларды енгізу, сандық шектеуді енгізу, экологиялық заңнаманы қатаңдату және осы салада бақылауды күшейтуді көздейтінін атап өткен жөн.

Көптеген жылдар бойы Қытай адам құқықтары мәселелерін жоққа шығарып жатқан кезде, басқа мемлекеттер бұл мәселені көтеріп жатқан еді.Әрине, әрбір мемлекет дамуы керек, бірақ кемшіліктерді жоққа шығару - бұл мәнсіз дүние болып табылады. Соңғы кездері Қытай Батыстың сын-пікірлеріне жауап беруде, ашықтықты ұлттық мүдделерді сақтаумен біріктіруге тырысады. Мысалы, АҚШ-пен қарым-қатынаста бірнеше онжылдықтар ішінде ең маңызды мәселелердің бірі адам құқықтарын құрметтеу мәселесі болды.Сондықтан сыртқы жағдайлардың қысымымен ішінара Қытай Халық Республикасы үкіметі Адам құқықтары саласындағы орталық билік органдарының жұмысының мақсаттарын анықтайтын және оларды қорғаудың нақты шараларын айқындайтын «Қытайдағы адам құқықтары саласындағы мемлекеттік іс-әрекет жоспарын» қабылдады.Әлемдік қоғамдастықты осы саладағы жетістіктермен таныстыру үшін 2010 жылғы 26 қыркүйекте ҚХР Мемлекеттік Кеңесінің баспасөз қызметі «Қытайдың 2009 жылы адам құқықтарын қорғау саласындағы прогресі» атты Ақ кітапты жариялады.Онда адамның құқықтарын қорғаудың жеті негізгі саласы: халықтың өмір сүруі мен даму құқықтары, азаматтық және саяси құқықтар, адам құқықтарын заңды қамтамасыз ету, әлеуметтік-экономикалық және мәдени құқықтар, ұлттық азшылық өкілдерінің тең құқықтары ме олардың арнайы қорғау, зияткерлiк және дене кемiстiктерi бар адамдардың құқықтары мен мүдделерi, сыртқы қатынастар мен адам құқықтары саласындағы ынтымақтастық сияқты елдегі соңғы жетістіктерді куәландыратын көптеген фактілер .

Сондай-ақ, 2015 жылдың маусым айында АҚШ Мемлекеттік департаменті әлемдегі адам құқықтарын қорғау туралы жыл сайынғы баяндама жариялады.Онда Қытайдағы адам құқықтарының сақталуы, атап айтқанда, репрессия, сөз бостандығына деген құқықты бұзу, баспасөз еркіндігін шектеу, азаптау, Интернеттің «қатаң» бақылауы, цензура және адам құқықтарын бұзудың басқа түрлері туралы айтылған. Бірақ Қытай АҚШ-тың басқа елдердің істеріне кедергі келтіре отырып, «халықаралық төреші» болмауы керек деп жауап берді.

Қытай басшылары ақпараттың сыртқы аудиторияға таралуына үлкен мән беруі керек.Бұл жағдайда аудармашы ең маңызды тұлғалардың бірі болып табылады. Кейде бүкіл елдің имиджі оның аударамасына байланысты болады.Мысалы, 2011 жылы АҚШ Президенті Барак Обама мен Қытай Халық Республикасының Төрағасы Ху Цзиньтао ауызша аударма барысындағы жағдайға тап болды.Бұл Ақ үйде өткен пресс-конференциясында орын алды. Журналистер Барак Обамадан адам құқықтарын сақтау туралы сұрады.Обама толықтай жауап берді, бірақ аудармашыға оны қытай тіліне аудару үшін уақыт қажет болды.Ху Цзиньтао да бұл сұраққа жауап бермеді, өйткені ол «аудармадағы кейбір қиындықтардан» ештеңе естімеген.Қытайдың тағы бір журналисті Обамаға қытай тілінде тағы бір сұрақ қойды.«Кешірім сұраймын, бірақ мен қытай тілін естідім», - деді президент.Содан кейін ғана Барак Обама ағылшын тілінде аударма алды.Бұл дегеніміз, аудармашының осындай оқиғалардан аулақ болуымен өз еліне жақсы имиджді қамтамасыз ету үшін, ол шет тілдерін жақсы білуі және тиісті елдердің тарихы, географиясы, мәдениеті, саясаты, экономикасы, салт-дәстүрлері туралы білуі тиіс ( Гусевская，2015:5 ).

Мемлекеттің имиджінің маңызды сипаттамаларының бірі - оны өзінің халқы қалай көретіні мен әлем қауымдастығының көзқарасы арасындағы дихотомияның болуы.

Сыртқы имидж ұлттық мәдениет саласына жатпайтын, сыртқы аудиториямен бөліскен, ел туралы идеяны көрсетеді;ал ішкі имидж мемлекет халқының өздері туралы және олардың әлемдегі орны, олардың ұлттық-мемлекеттік қауымдастықтан тыс бір-бірінен айқын көрінісі негізінде қалыптасады.Кейбір зерттеушілер сондай-ақ мемлекеттің «өзін-өзі бейнелеуі» бар екенін көрсетеді, ол адамның өзін-өзі танытуының жиынтығын көрсететін психологиялық теорияның «мендік-тұжырымдамасы» («мендік-құрылымы») сияқты;тек мемлекеттің жағдайында мұндай түсініктер ұлттық сәйкестік, ұлттық идея, мемлекеттік мәртебе және саяси көшбасшылық санаттарының негізінде құрылады (Киселев И.，2003: 3).

Осы уақытқа дейін халықаралық қоғамдастықтың өкілдіктері кейбір елдердің бейнесі оның билігінің немесе мемлекет басшыларының имиджіне негізделген. Мемлекеттің көшбасшысының имиджі мемлекеттің саясатында түсінікті, «елеулі» көзқарастар болғанына қарамастан, оның әркелкілігін ескеру керек: бір жағынан, бұл әлемдік қоғамдастықтың талаптары мен үміттеріне сәйкес келетін символы, екінші жағынан, жеке сипаттамалары мен психофизикалық детерминанты бар тұлға. Мемлекет басшысының имиджінің дуализмі оның имидждік сипаттамаларының үш деңгейінің болуын алдын ала анықтайды:

- жекесипаттамалар, өзкезегінде, олар:

а)санадантысэлементтер (темперамент, эмоциялар);

ә) шекаралық элементтер (психиканың санасыз-саналы тұстары, әдеттер, стереотиптер, мінез-құлық реакциялары);

б) саналы элементтер (ерік, ой-сана, сөйлеу, мінез, мотивация).

- әлеуметтік сипаттамалары (әлеуметтік мәртебесі, әлеуметтік топтарға қатысты көзқарастары, әлеуметтік қарым-қатынасқа қабілеті және бейімділігі);

- символикалық сипаттамалары (дүниетаным, құндылық жүйесі, идеология, өзін-өзі тану).

Мемлекет басшысының имиджі елдің ішкі және сыртқы имиджі арасындағы үйлесімді элемент ретінде әрекет етеді, оның танымалдығы мен беделін анықтайды, мақсатты топтардың жекелеген өкілдері осы үлкен аймақтық қалыптастыруды қабылдауды жеңілдетеді, олардың арасындағы қатынастарды шартты түрде үйлестіреді және жеке деңгейіне жеткізеді.

Негізгі назар, Си Цзиньпиннің «қарапайым адамдарға ұқсас» елдің басшысы ретінде жаңа имиджін қалыптастыру болып табылады. Оның кішіпейілділік, қарапайым адамдарға деген жақындық, мәселелерді шешудің жаңа стилі (бюрократиялық кідірістерсіз, сыртқы қабығына емес, «нақты шешімге» ұқсас қасиеттер) сияқты қасиеттері насихатталады.Си Цзиньпиннің бүкіл елге ресми сапарлары кезінде олар жол қозғалысын тоқтатуды, көшелерді жабуды қойды, ал еріп жүретін адамдар қарапайым қалалық автобустар мен таксилерге ұқсатылып өзгертілген көлікпен жүреді.Сонымен қатар, Си Цзиньпин өзінің бос ұрандарға емес, нәтижеге бағдарланған нақты адам екенін көрсетуге тырысады.

Қытайдағы мемлекеттік көшбасшының имиджі елдің саясатының негізгі бағыттары мен оның имидждік әрекеттеріне негізделген.Си Цзиньпиннің бейнесі ерекше және символикалық, оның өмірбаяны елдің тарихымен тығыз байланысты, оның бейнесі көп қырлы және күрделі.Ол билікке толығымен жетілген көшбасшы ретінде, жинақталған тәжірибе мен қалыптасқан дүниетанымның айтарлықтай қорымен келді. 2013 жылдың 17 наурызында Си Цзиньпин жаңа шақырылған Халық өкілдерінің бүкілқытайлық жиналысының бірінші отырысында халықты «қытай арманы» деген ұғыммен таныстырды: күшті және бай мемлекет (гоцзя фуцян), ұлттық өрлеу (миньцзу чжэнсин) және халық бақыты (жэньминь суньфу).

Т.Э. Гринбергұсынған корпоративтік имиджді басқару үдерісіне ұқсас салынған елдің имиджін басқару үдерісі елдің тарихын, оның географиялық және мәдени компоненттерін, басқару құрылымының ерекшеліктерін және геосаяси параметрлерін (Э.А. Галумовбойынша шартты түрде статикалық немесе объективті сипаттамаларын) нақты жетістіктер үшін алғышарт ретінде ұсынуды ұсынады;елдің миссиясы – әлемдегі орны мен рөлін түсіну, оның әлеуметтік маңызы; стратегиялық мақсаттар – ел болашағының жобалары және даму перспективалары.

Табысты позициялау елдегі материалдық емес активтердің жинақталуын қамтамасыз етеді, олардың сапасы жағынан жаңартылады.Іс жүзінде бұл мемлекеттің жағымды жағынан танылуын қалыптастыру, оның беделін арттыру, мемлекеттің халықаралық имиджін оңтайландыру үшін қажетті дайындық кезеңі болып табылатын өзінің «имиджді орнын» анықтауда көрінеді.Объектінің оң имиджін нығайту және мақсатты топтардыңқабылдауында оның бәсекелестік артықшылықтарын тұрақтандыру ұзақ және ресурстық процестер болып табылады, сондықтан ұзақ мерзімді жеңілдіктер болатын салаларда ең тиімді позициялау әрекетіне қол жеткізіледі.

Қазіргі уақытта экономика ҚХР имиджін жақсартуға ықпал ететін маңызды фактор болып табылады.Қытайдың халықаралық баспа корпорациясының сыртқы байланыстар орталығы жетекшісінің орынбасары Юй Юньцуанның айтуынша, Қытайдың ұлттық имиджін жақсарту және елдердің экономикалық дамуы өзара байланысты.Ұлттық имиджге Қытайдың макроэкономикалық дамуы әсер етеді (ХВҚ-ның деректері бойынша, Қытай ЖІӨ-де бірінші орынға ие, МЖӘ бойынша есептеледі), қытайлық кәсіпорындар мен брендтердің позициясын нығайтады. Қытай тікелей шетел инвестициялары бойынша (ТШИ) бірінші орынға шықты.Қытай өнеркәсiптiк өнiмдердiң көп түрлерiн, соның iшiнде автомобильдер мен олар үшiн тұтынушылық сұранысты өндiруде әлемдiк көшбасшы болып табылады .Бұған дәлел ретінде «ҚХР ұлттық имиджін 2014 жылы зерттеу туралы есепті» көрсетуге болады.Осы баяндамаға сәйкес, ҚХР даму тұжырымдамасы халықаралық қоғамдастық тарапынан жоғары дәрежеде танылды.Шетелдік респонденттердің пікірінше, ҚХР күшті инновациялық және ғылыми-техникалық әлеуетке ие .

Әлемдік рейтингтегі Қытайдың позициясы әлемдік қауымдастықтың қазіргі кездегі елге деген сезімін айқындайды, бұл тікелей елдің ұлттық брендіне әсер етеді.

Қытайдың жағымды имиджін қалыптастыруға айтарлықтай үлес қытайлық бизнестің соңғы жылдары әлемдік аренадағы қытай тауарларын жаппай жылжыту стратегиясымен жүзеге асырылады.Бұл GB Times веб-сайтында жарияланған 2014-2015 жылдары әлемнің 9 еліндегі CIPG әлеуметтік сауалнамасынан алынған деректермен расталады.Осылайша, респонденттердің 36% -ы қытайлық кəсіпорындар өз елдеріне айтарлықтай капитал мен жаңа технологияларды әкелетініне сенеді.Респонденттер Қытайдың әлемдік деңгейде имиджіне оң әсерін тигізген қытайлық брендтердің, әсіресе Huawei, Air China, Alibaba, Lenovo, Haier сияқты кеңінен танымалдарын атап өтті.Қытай барған сайын «күлімдеген дипломатия», «ашық дипломатия», «тату көршілестік дипломатия» сияқты саяси бастамалармен шығып келеді .

Қытай брендтердің көпшілігі коммунистік мемлекеттің имиджі және аз шығынды төмен сапалы өндіруге байланысты теріс бейнесі ауыртпалық болып табылатынын атап өткен жөн.«MadeinChina» тұтынушыларға сенімсіздік тудыртады. Бренд-менеджментсаласындағы шанхайлық маман Чжан Дунли әлемдік брендтердің пайда болуына ықпал ететін саяси және әлеуметтік ортаны құру үшін елге шамамен 20 жыл қажет деп санайды(Васильева，2017：7).

Заманауи халықаралық қатынастардың тәжірибесі көрсеткендей, мемлекет үшін тек қана әскери және экономикалық қуатқа сүйеніп, өз мақсаттарына қол жеткізу қиын болып табылады.Көптеген жағдайларда оларға «жұмсақ күш» саясатының элементтері арқылы ғана қол жеткізуге болады: сыртқы саясатты құрудың нақты тәсілі, тартымды саяси идеология, экономикалық альтруизм, рухани және материалдық мәдениеттің танымал рәміздерін пайдалану.

Мемлекеттің оң имиджін қалыптастырудың маңызды факторы оның мәдени потенциалы болып табылады, ол позитивті ақпараттың тиімді бағыттандырушысы және әлемдік қоғамдық пікірге ықпал ету құралы болып табылады.Ұлттық мәдениеттің құбылысы қандай да бір материалдық немесе коммерциялық мақсаттарды көздемейді, бірақ белгілі бір халықтарға тән және шығармашылық, әдебиет, ғылым және білім саласындағы жетістіктер арқылы таратылатын моральдық-гуманитарлық құндылықтарға жүгінеді.Нәтижесінде, ұлттық мәдениет – оның экономикалық көрсеткіштеріне және халықаралық жағдайына қарамастан, елдің табиғи артықшылығы болып табылады.

Осылайша, Қытайдың халықаралық беделін қалыптастырудың келесі факторы – «жұмсақ күш» саясаты.Қытай теорияшылдары Дж.Найдың тұжырымдамасын негізге алып, қытайлық сипаты бар «жұмсақ күш» дамытуда.Кейбір сарапшылардың пікірінше, қытайлық «жұмсақ күш» Қытай экономикалық жобаларының қолайлы имиджі мен ақпараттық қолдауына бағытталған.2010 жылдың тамызында Мәдениет министрі Цай Ву поп-мәдениеттің түпнұсқалық қытай мәдениетіне әсерін сынап: «Бүгінгі әлемде мәдениет пен экономика ажырағысыз.Экономикалық дамудың сапасын жақсарту үшін үкімет қытай мәдениетіне көбірек назар аудару керек»

Нанкай Университетінің Жаһандық мәселелер институтының директоры Пан Чжуньиннің жұмысында қытайлық «жұмсақ күш» түсінігінің ерекшелігі талданды.Автор осы тұжырымдаманың әлі дамып келе жатқандығын және осы саясаттың Қытайдың белсенді түрде дамытуға бағытталған бірнеше аспектілерін белгіледі:

- өндірістік жүйелер (экономикалық сала және «материалдық емес» тауарларды құру);

- білім және ғылым (білім берудің экспорты мен импорты);

- мәдениет бренд ретінде («таныстыру» мақсаттарымен мета-мәдениетті қолдана отырып және қытай тілін тіл мен көркем мәдениет арқылы бірегей мәдениетті тарату);

- әр түрлі деңгейдегі дипломатия (дипломатияның байланыстары мен мазмұнын кеңейту). Мәдени дипломатияның құралдарының бірі және «жұмсақ күш» көрінісі қытай тілі мен қытай мәдениетін кеңінен тарату болып табылады. Осы мақсатта Конфуций Институттарының желісі ҚХР Білім министрлігіне тікелей бағынатын шетелде қытай тілін (Hanban) таратуға арналған Мемлекеттік Кеңестің кеңсесіне жататын әртүрлі елдерде белсенді түрде дамып келеді. Бұл шаралардың Қытайдың халықаралық имиджіне оң әсерін тигізгендіктен, бүгінгі таңда әлемде 50 миллион адам қытай тілін кәсіби түрде оқып, 40-тан астам елдерде ұлттық білім беру жүйесіне кіретінін атап өтуге болады. (http: // russian. people.com.cn/31516/8478245.html，Китай создал в 120 странах и регионах мира 440 Институтов Конфуция– 08.12.2013)

Халықтың ұлттық мәдениетін, оның идеологиялық және сәйкестендірілген түсініктерін –құндылықтар, шешімдер, мінез-құлық нормаларын көрсететін ерекшеліктер, елдің имиджінің шартты-динамикалық параметрлерін анықтайды:қоғамдағы әлеуметтік-психологиялық көңіл-күй, оның моральдық-адамгершілік дамуының аспектілері, экономикалық тұрақтылық дәрежесі, қоғамдық-саяси бірлестіктер қызметінің сипаты мен принциптері, елдегі құқықтық нормалардың халықаралық талаптарға сәйкестігі және елдегі билік құрылымның тиімділігі. Бұл параметрлер елдің халықаралық ортасы мен мақсатты аудиториямен қарым-қатынасын құруға қатысады, басқа елдердің БАҚ-тарында елдің имиджінде көрініс табады, елдің трансформациясы кезінде өзгереді және оның халықаралық имиджін оңтайландырады.

Негізінен, бұл параметрлер символдық, тарихи қалыптасқан, имиджбен сіңірілген бейне-символдар, сәйкестендірілген түсініктер, жеке сипаттағы идеологиялық көзқарастар, бірақ халықаралық қатынастардың басқа мүшелерімен өзара іс-әрекет барысында ішінара өзгертілген, сондай-ақ елдің сыртқы саясаты мен ұлттық мүдделерінде көрінісін табады.

Мемлекеттің саналы қажеттіліктері, оның ұлттық мүдделері ретіндегі бұл әлеуметтік түсініктер елдің сыртқы саяси конъюнктураны қабылдаудағы тарихи қалыптасқан және салыстырмалы тұрақты нысандарының нәтижесі болып табылады және оның шеңберінде халықаралық қатынастардың құрылымы салынған.Бұл - дүниетанымның белгілі бір түрін қалыптастыратын ұжымдық құбылыстар, елде билік ететін құндылықтар мен мұраттар жүйесі, олар көбінесе халықаралық аренадағы мемлекеттік мінез-құлық нормалары мен нысандарын алдын ала белгілейді.Олар мемлекет халқының қазіргі саяси мәдениетіне тікелей тәуелді болады, бұл, өз кезегінде, ішкі және сыртқы саяси мәселелерді қабылдау ерекшеліктеріне, жауапты әрекеттер бағдарламаларының концептуализациясы мен оларды жүзеге асыруға байланысты.Басқаша айтқанда, мемлекеттермен және әлемдік саясаттың басқа да субъектілерімен қарым-қатынастар ұлттық әлеуметтік дамудың негізгі бағыттары мен құндылықтарын есепке ала отырып, шындықты өзінің жеке түсіндіруі негізінде жасалынады.Қоғамда қабылданған идеалдар мен құндылықтардың пайда болуы мен дамуының негізгі заңдары ұлттық сәйкестік тұжырымдамасына негізделген.

«Әртүрлі әлеуметтік институттар арқылы қоғамдық санаға енгізілген және барлық әлеуметтік іс-әрекеттерді ұйымдастырған әлемдік дүниетанымның белгілі бір түрі, құндылықтар жүйесі, идеалдары, мінез-құлық нормалары құрайтын идеялардың үйлесімі» ретіндегіидеология тек жай құрылыс қана немесе теориялық формула ғана емес, сонымен бірге оның іс жүзіндегі белсенді бағытында ерекшеленеді, қоғамның өмірі мен мінез-құлқына, сондай-ақ сыртқы аудиторияны қабылдауына белсенді әсер етеді(Литягин Е，2007:20).

Қазіргі уақытта «Бір белдеу, бір жол» бастамасы алты жібек жолын білдіреді және олардың саны брендті бүкіл әлемде мойындаған сайын өсіп келеді.Әр ай сайын бұл бастамаға деген қызығушылық және осы идеяны қолдайтын жаңа келісімдер оң нәтиже береді және бұл жаңа брендті жүзеге асыратын Қытайдың ең батыл бастамасы болып табылады.XXI ғасырдағы бұл жаңа стратегияҰлы Жібек Жолы мұрасының тікелей ізбасары болып табылады. «Бір белдеу, бір жол» стратегиясында «жұмсақ күш» мәдени құрылысын іске асыру төрт бағытта жүзеге асырылады:ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұра тізіміне енгізілген мәдени нысандарды қорғау;қоғамдық пікірді мәдени алмасу; мәдени өнімдерді таратуды күшейту;ұзақ мерзімді мақсаттарды орындауға дайын мемлекет ретінде ҚХР жағымды имиджін қалыптастыруға ықпал ететін өнер туындыларын белсенді түрде тарату(Бояркина，2016:13).

Қытай мамандары шетелде қытай мәдениетін жылжытудағы Ғаламтордың маңыздылығын атап көрсетеді.«Мінсіз әлем» компаниясының ресми өкілі және вице-президент Ван Юйюнь әртүрлі елдердің мәдениетінің үздік элементтерін біртұтас біріктіріп, халықаралық нарықтың сұранысын қанағаттандыратын мәдени өнім шығаратын, сонымен бірге, қытай мәдениетінің көп элементтері бар виртуалды «Жібек жолы» құруды ұсынады.Осылайша, Қытай мәдениеті әлемнің басқа елдерінің қолданушыларына біртіндеп әсер етеді.Мәдениеттің таралуы арқылы экономикалық ынтымақтастықты жандандыру, ғаламтор арқылы қытай мәдениетін дамыту және жаңа технологиялар негізінде қытай мәдениетін біріктіруге жәрдемдесу –бұл Интернеттегі жаңа «Жібек жолы» мәдениетінің маңызды мазмұнына айналуы тиіс(Сухадольская Л，2016:18).

**Қорытынды**

Қытай үшін мәдени бағдарламаларды нығайту елдің имиджін одан әрі байытуға ықпал етеді.Елдер арасындағы саясаттың жаңа моделі қытайлық дипломатияда неғұрлым іргелі мәдени сабақтастықты белгілеуге қызмет етеді. Жаһандану жағдайында әлемнің халі интеграциялық үдерістердің оң нәтижесіне ғана емес, сонымен қатар мәдениетаралық және өркениетаралық қарама-қайшылықтар, конфессияаралық қақтығыстарға да тәуелді болды.Қазіргі заманғы әлемді кез-келген мәдениет, құндылықтар жүйесі немесе идеология тұрғысынан түсіндіру тым күрделі.Оның өмір сүру жағдайларының бірі – елдердің психологиялық, діни және әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерін ескере отырып, құрылуы тиіс бастапқы ұлттық мәдениеттердің диалогы. Соған қарамастан, жаһанданудың мәдениеттер мен өркениеттердің дамуындағы қазіргі үрдістерді анықтайтыны тарихи тағдырлардың, әлемдік экономикалық байланыстардың бірлігі мен саяси процестердің, ғылымның, технологияның және мәдениеттің өзара байланысының объективтілігін растайды. Қазіргі жағдайда түрлі мәдениеттер арасындағы диалогты зерттеу, әлеуметтік-мәдени жүйелердің әртүрлі деңгейлерінде сенім, түсіністік пен өзара әрекеттесуді қамтитын өзекті мәселе болып отыр.

мемлекеттің оң имиджін қалыптастыратын жағдай ретінде факторлар:

Сыртқы факторларға:

- халықаралық бәсекелестікті күшейту (фактор ретінде), бұл факторға жауап ретінде мемлекеттің имидждік саясатын күшейту әдістері;

- жоғары коммуникативті қоғам құру (фактор)/ мемлекеттің ақпараттық саясаты (факторға жауап);

- халықаралық имидждің қалыптасуындағы жаңа тосқауылдар мен мәселелердің пайда болуы(фактор)/осы кедергілерді жеңу жолдары (факторға жауап).

Ішкі факторларға:

- мемлекеттің ішкі және сыртқы имидждері арасындағы белгілі бір қайшылықтың болуы (фактор) /мемлекет көшбасшысының имиджін зерттеу арқылы осы қайшылықты басу (факторға жауап);

- мемлекеттің мәден қуаты (фактор)/ креативті экономиканы құру (факторға жауап);

- идеологиялық компонент және ұлттық сәйкестік факторы/сәйкестендіру нұсқауларды және идеологиялық компоненттерді қарқындату.

сыртқы факторларға (орта факторлары / халықаралық қатынастардың барлық қатысушыларына ортақ конъюнктуралық факторлар) және ішкі (мемлекеттің ішінде пайда болатын және әр нақты жағдайда ерекшеліктері бар) факторларға бөлінетіндіктерін талданды.

**Маулит. Б. 1, Шарыпқазы Н.2,**

Казахский Национальный Университет имени Аль-Фараби, преподаватель,

г.Алматы, Казахстан

Email:Bakitnur76mail.ru

Казахский Национальный Университет имени Аль-Фараби, преподаватель,

г.Алматы, Казахстан

E-mail:[nuriknaiman@mail.ru](mailto:nuriknaiman@mail.ru)

**ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭМИГРАЦИИ КИТАЯ**

**Аннотация**

В данной статье рассматриваются внутренние и внешние факторы формирования международного имиджа Китайской Народной Республики. Для Китая развитие международного имиджа занимает важное место, так как это является одним из основных способов популяризации Китая в мире. В статье предусмотрены три основных вида имиджевых характеристик. Используется потенциал отображения культурного наследия народа и его творческой экономики в формировании международного имиджа.

**Ключевые слова:** экономика, имидж, внутренний фактор, внешний фактор.

**Maulit B.1, Sharypkazy N.2,**

Al-Farabi Kazakh National University,teacher, Almaty c., Kazakhstan ,Bakitnur76mail.ru

Al-Farabi Kazakh National University, teacher,Almaty c., Kazakhstan,

E-mail:[nuriknaiman@mail.ru](mailto:nuriknaiman@mail.ru)

**THE DEVELOPMENT FACTOR OF CHINA EMIGRATION**

**Summary**

This article discusses the internal and external factors of the formation of the international image of the people's Republic of China. For China, the development of international image occupies a high place, as it is one of the main ways to popularize China in the world. The article provides three main types of image characteristics. The potential of displaying the cultural heritage of the people and its creative economy in the formation of the international image is used.

**Keywords:** economy, image, internal factor, external factor.

**Пайдаланылған әдебиеттер**

Березин А.Н. (2014) Формирование положительного экологического имиджа КНР .Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия.сборник восточного центра: [ Formation of a positive environmental image of the PRC. Russia and China: problems of strategic interaction. Eastern center collection]- №14.– С. 12-16.

ВасильеваО.А.(2017)ОпытразвитиянациональногобрендаКитая.Перспективынауки [Experience of development of the national brand of China. Perspectives of science] :- №7 (94). – С. 33-37.

ГабуевА.(2011) Китайусилитадминистрированиесети. Коммерсантъ: [China will strengthen network administration. Kommersant ] - 5 июня. – С. 8.

ГусевскаяН. Ю. (2015)Проблемыпрофессиональной языковой подготовки ка­дров для развития международного сотрудничества . УчёныезапискиЗабайкал:[Problems of professional language training kadrov for the development of international cooperation. ScientificnotesDrink] гос. ун-та.. № 5, вып. 64. С. 76–80.

Евдокимов Е.(2011) Политика Китая в глобальном информационном пространстве.Международные процессы [China'spolicyintheglobalinformationspace.Internationalprocesses]: – Т. 9. – № 1(25). – январь-апрель [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/009.htm>

КиселевИ.Ю.(2003)Образгосударствавмеждународныхотношениях: механизмытрансофрмации.ПОЛИС[Theimageofthestateininternationalrelations: themechanismsoftransoformation.POLIS]: № 3. - С. 52.

Китайский министр недоволен влиянием рынка на куль туру .BBCRussian.com: информационный портал Би-би-си. Русская служба. URL:http://www.bbc.co.uk/russian/international/2010/08/100806\_china\_mass\_culture.shtml (дата обращения:12.11.2017).

Китай создал в 120 странах и регионах мира 440 Институтов Конфуция.[China has established 440 Confucius Institutes in 120 countries and regions of the world.]Жэньминьжибаоонлайн. – 08.12.2013. – URL: http: // russian. people.com.cn/31516/8478245.html

ЛитягинЕ.В.(23.03.2017.)Идеологиявсовременноммире: монография .Е.В.Литягин. - Горно-Алтайск: РИОГАГУ. - 2007. - 149 с., C. 20.

Обзор: улучшениенациональногоимиджаКитаяиэкономическоеразвитиевзаимообусловленыивзаимовыгодны .[Overview: Improving China's National Image and Economic Development are Interdependent and Mutually Benefical]China.com.URL:<http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html>

Чернобай А.И.(2011) Противодействие распространению негативной информации в сети Интернет: опыт Китая. Идеологическиеаспектывоеннойбезопасности[Countering the spread of negative information on the Internet: the experience of China. Ideological aspects of military security]: – 2011. - № 3. – С. 44-48.

ШироченкоТ.В.(2014)ИнституциональныйаспектвнешнеполитическогоимиджаКитая. Современныепроблемынаукииобразования[The institutional aspect of China’s foreign policy image. Modern problems of science and education]: - №4. – с. 664- 702.

РожковИ.Я.(2006)ИмиджиКитаявконтекстеPRирекламы. учебноепособие.[Images of China in the context of PR and advertising. tutorial] — М. : МГИМО(У) МИДРоссии, 2006. – С. 1-60.

Соловьева Е.В.(2012) «Мягкая сила» – инструмент интеграции Китая в мировые процессы. Актуальныепроблемысовременныхмеждународныхотношений.[Soft power ”is a tool for integrating China into world processes. Actualproblemsofmoderninternationalrelations.]:– 2012. – 31. – С. 85-95

Чернобай А.И.(2011) Противодействие распространению негативной информации в сети Интернет: опыт Китая . Идеологическиеаспектывоеннойбезопасности [Countering the spread of negative information on the Internet: the experience of China. Ideologicalaspectsofmilitarysecurity:]: № 3. – С. 44-48.

ШироченкоТ.В.(2014)ИнституциональныйаспектвнешнеполитическогоимиджаКитая.Современныепроблемынаукииобразования [Institutional aspect of the foreign policy image of China. Modern problems of science and education]:- №4.с. 664- 702.

**References**

Berezin A.N. Formirovaniye polozhitel'nogo ekologicheskogo imidzha KNR .Rossiya i Kitay: problemy strategicheskogo vzaimodeystviya.sbornik vostochnogo tsentra:- №14. – 2014. – S. 12-16.

Vasil'yeva O.A. Opyt razvitiya natsional'nogo brenda Kitaya .Perspektivy nauki : - №7 (94). – 2017. – S. 33-37.

Gabuyev A. Kitayusilitadministrirovaniyeseti .Kommersant": – 2011. - 5 iyunya. – S. 8.

Gusevskaya N. YU. Problemyprofessional'noyyazykovoypodgotovkika-drovdlyarazvitiyamezhdunarodnogosotrudnichestva .UchonyyezapiskiZabaykal: gos. un-ta. 2015. № 5, vyp. 64. S. 76–80.

YevdokimovYe.PolitikaKitaya v global'nominformatsionnomprostranstve .Mezhdunarodnyyeprotsessy: – 2011. – T. 9. – № 1(25). – yanvar'-aprel' [Elektronnyyresurs].- Rezhimdostupa: <http://www.intertrends.ru/twenty-fifth/009.htm>

Kiselev I.YU. Obrazgosudarstva v mezhdunarodnykhotnosheniyakh: mekhanizmytransofrmatsii .POLIS: - 2003. № 3. - S. 52.

Kitayskiyministrnedovolenvliyaniyemrynkanakul' turu .BBCRussian.com: informatsionnyy portal Bi-bi-si. Russkayasluzhba. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/international/2010/08/100806\_china\_mass\_culture.shtml (data obrashcheniya:12.11.2017).

Kitaysozdal v 120 stranakhiregionakhmira 440 InstitutovKonfutsiya .Zhen'min' zhibaoonlayn.– 08.12.2013. – URL: http: // russian. people.com.cn/31516/8478245.html

LityaginYe.V. Ideologiya v sovremennom mire: monografiya .Ye.V.Lityagin. - Gorno-Altaysk: RIO GAGU. - 2007. - 149 s., C. 20.

Obzor: uluchsheniyenatsional'nogoimidzhaKitayaiekonomicheskoyerazvitiyevzaimoobuslovlenyivzaimovygodny .China.com. – 23.03.2017. – URL: http://russian.china.com/news/reports/1793/20150323/325343.html

Chernobay A.I. Protivodeystviyerasprostraneniyunegativnoyinformatsii v seti Internet: opytKitaya .Ideologicheskiyeaspektyvoyennoybezopasnosti: – 2011. - № 3. – S. 44-48.

Shirochenko T.V. Institutsional'nyyaspektvneshnepoliticheskogoimidzhaKitaya .Sovremennyyeproblemynaukiiobrazovaniya: - №4. – 2014. – s. 664- 702.

Rozhkov I.YA. ImidzhiKitaya v kontekste PR ireklamy .uchebnoyeposobiye. — M. : MGIMO(U) MID Rossii, 2006. – S. 1-60.

Solov'yevaYe.V. «Myagkayasila» – instrument integratsiiKitaya v mirovyyeprotsessy .Aktual'nyyeproblemysovremennykhmezhdunarodnykhotnosheniy.:– 2012. – 31. – S. 85-95

Chernobay A.I. Protivodeystviyerasprostraneniyunegativnoyinformatsii v seti Internet: opytKitaya .Ideologicheskiyeaspektyvoyennoybezopasnosti: – 2011. - № 3. – S. 44-48.

Shirochenko T.V. Institutsional'nyyaspektvneshnepoliticheskogoimidzhaKitaya .Sovremennyyeproblemynaukiiobrazovaniya:- №4. – 2014. – s. 664- 702.