

Оценка эффективности технологий связей с общественностью в формировании государственной политики Китая и России

Научный руководитель – Спартак Сергей Андреевич

Свитлинец Виктория Султановна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: vshamuzova@gmail.com

Международный имидж государства свидетельствует о его экономической и политической мощи, его процветании и высоком уровне культурного развития, а также является показателем авторитета и успешности действий страны на мировой арене. В глобальной информационной среде виртуальная дипломатия с ее методами воздействия находится в центре формирования политической идеологии страны.

На современном этапе развития государства активно используются инструментальные механизмы формирования имиджа внешней политики и защиты национальной политики государства от антигосударственной пропаганды: политические технологии, составными элементами которых являются маркетинг, имиджелогия и отношения с общественностью [1].

Формирование имиджа государства и государственной политики в мире является очень сложным и многогранным политическим процессом. Несмотря на разнообразие взглядов на понятие «имидж государства», исследователи сходятся в одном - формирование позитивного имиджа государства только улучшит мировые позиции страны. Но формирование и эффективная имплементация модели государственного имиджа требуют детально разработанной имиджевой политики государства. [2]

Век глобализации, в котором живет современный мир, диктует свои правила международным игрокам. Неслучайно многие государства стараются продвигать свой положительный имидж за рубежом и формировать благоприятное отношение к себе у жителей других стран. Для этой цели используются зарубежные национальные СМИ, особенно Интернет, который является одним из наиболее эффективных инструментов воздействия на массовое сознание и формирования общественных стереотипов поведения и восприятия.

Технологии связей с общественностью играют важную роль в формировании государственной политики Китая. Коммуникационные механизмы, используемые китайским правительством, включают в себя широкий спектр инструментов, таких как официальные заявления, пресс-конференции, сми, социальные сети и другие каналы связи. Эти технологии позволяют правительству обеспечить информационную прозрачность и создать желаемый образ в глазах международного сообщества.

Китай постоянно стремится создать о себе положительное мнение за рубежом, систематически применяет концепцию «гармоничного мира», в которой акцент делается на его стремлении представить себя перед мировым сообществом как экономически развитое государство, придерживающееся принципа невмешательства во внутренние дела других стран. [3]

Одной из ключевых технологий, используемых Китаем, является грамотное управление информацией и негативными новостями. Китай активно контролирует сми и интернет-ресурсы, чтобы минимизировать негативное освещение политики страны. Вместо этого правительство фокусируется на акцентах и пропаганде, которые ставят Китай в благоприятном свете и подчеркивают его достижения в экономической и социальной сферах.

Китай также активно использует цифровые технологии для мониторинга и управления общественным мнением. Например, Китай разработал систему социального кредита, которая отслеживает приемлемость поведения граждан в интернете и определяет. Эта система может быть использована для наказания критиков режима или же поощрения ее сторонников.

Правительство России также активно использует технологии коммуникации для повышения эффективности своей политики. В России имеется разнообразное медиапространство, включающее телевидение, радио, газеты и онлайн-СМИ. Государство осуществляет контроль и влияние на этот медиапоток, чтобы регулировать информационное пространство и поддерживать свою политику.

Одним из основных инструментов взаимодействия с общественностью является использование социальных сетей и онлайн-платформ. Путин Алексей Анатольевич, основатель и президент компании Netoscope, отмечает, что в последние годы правительство активно использует цифровые технологии для коммуникации с гражданами. Органы власти ведут аккаунты в социальных сетях, запускают онлайн-консультации и опросы, чтобы получить обратную связь от населения.

Еще одним важным инструментом взаимодействия с общественностью являются пресс-конференции и брифинги. Чиновники и представители власти регулярно выступают перед журналистами, чтобы донести до общественности информацию о текущем состоянии дел и планах правительства.

Технологии связей с общественностью играют важную роль в формировании государственной политики как в Китае, так и в России. Однако, сравнивая две страны, можно отметить ряд отличий в эффективности и подходах к использованию этих технологий.

В Китае технологии связей с общественностью, как правило, используются для укрепления позиции правительства и поддержки государственной политики. Государство контролирует большую часть средств массовой информации и социальных сетей, что позволяет ему эффективно влиять на мнение общественности и формировать желаемый образ государственной деятельности. Тем не менее, недостатком такого подхода является ограничение свободы слова и возможность формирования односторонней точки зрения.

В России технологии связей с общественностью также играют важную роль, однако здесь больше акцентируется внимание на диалоге с обществом и прозрачности деятельности властей. Правительство активно использует социальные сети и средства массовой информации для взаимодействия с гражданами и информирования их о принимаемых решениях. Это помогает создать более открытую и доверительную обстановку и учитывать мнение общественности при формировании политики.

Оба государства активно используют медиапоток для развития своих внутренних и внешних стратегий. Использование технологий связей с общественностью помогает им создавать образ управляющего субъекта, формировать общественное мнение и поддерживать политическую стабильность.

Источники и литература

- 1) Гавра Д. П. Внешний имидж государства: понимание, категории и структурные модели // Имидж государства / региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: Сб. науч. трудов. Вып. 3 / [отв.ред. Д. П. Гавра]. – СПб.: Роза мира, 2009. – С. 3–17.
- 2) Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003. 450 с

- 3) Линь В. Национальный образ и СМИ = Гоцзя синсян юй чуанмэйдэ яньцзю цзуншу. Режим доступа: <http://media.people.com.cn/n/2013/1104/c370863-23423949.html> (дата обращения: 21.12.2023) (на китайском языке).