

Государственный PR в интернете (на примере правительственных микроблогов в Китае)

У Юаньи

Санкт-Петербургский государственный университет

wuyuanyi0204@gmail.com

Аннотация

В данной статье определяются понятие «государственный PR» и понятие «государственный PR в интернете», раскрываются основные задачи и инструменты коммуникации государственного PR в интернете. В статье также проанализированы современное состояние правительственных микроблогов и преимущества и способы работы правительственных микроблогов в кризисных ситуациях в Китае. В последние годы правительственные микроблоги играют важную роль в качестве инструмента государственного PR в Китае. Но в процессе бурного развития правительственных микроблогов в Китае существуют некоторые проблемы и недостатки. В статье представлены выявленные проблемы и рекомендации по совершенствованию правительственных микроблогов в Китае.

Ключевые слова: государственный PR, интернет, правительственные микроблоги, Китай

1. Введение

В настоящее время наше общество уже вступило в век информационных технологий. Современные люди не представляют себе жизнь без доступа ко всемирной паутине, им нужна первичная и авторитетная информация в интернете. По статистике, на данный момент в мире насчитывается 3,5 миллиарда интернетпользователей [1]. Первенство в мире по численности интернетаудитории занимает Китай. По состоянию на декабрь 2016 года, количество интернетпользователей в Китае составило 731 млн. человек [2]. Интернет сильно влияет на работу государственного PR, появляются новые инструменты коммуникации в Сети, которые способствуют более быстрому и легкому распространению данных, а также позволяют расширить доступ граждан к разнообразной информации о деятельности органов государственной власти и к государственным услугам.

Сегодня перед современным правительством Китая стоят такие актуальные вопросы, как защита прав граждан на получение достоверной информации, обеспечение общественного порядка и стабильности в обществе. В качестве новейшего инструмента для передачи информации и нового орудия воздействия на общественное мнение в Китае стали набирать популярность правительственные микроблоги. Правительственный микроблог в Китае уже стал координационным центром для установления отношений между правительством и обществом и является новым каналом, обеспечивающим права общества на информацию. Через этот центр правительство может предоставлять услуги и нужную информацию для общества. Более того, применение правительственных микроблогов позволяет особенно повышать эффективность коммуникаций между правительством и гражданами в кризисных ситуациях. Это мощный инструмент, который оказывает сильное влияние на облегчение социальных противоречий, повышения имиджа правительства и развитие общественного мнения.

В последнее время в Китае количество зарегистрированных правительственных микроблогов стало стремительно расти, были созданы разные правительственные микроблоги. К концу 2016 года китайское правительство работает в общей сложности в 162118 микроблогах [2]. Сегодня интернетпользователи в Китае предпочитают следить за политическими событиями, информацией о государственных услугах, свободно выражать и распространять различные мнения и взгляды в обществе и участвовать в общественных делах с помощью правительственных микроблогов. Тем не менее, в процессе бурного развития правительственных микроблогов в Китае существуют некоторые проблемы и недостатки. Они пока не сыграли должную роль в управлении страной, особенно в кризисных ситуациях.

2. Государственный PR в интернете: понятие, особенности и инструменты

Сегодня на фоне глобализации в современном мире любая организация, в том числе коммерческая, и государственная, находится в сложной и изменяющейся ситуации, касающейся связей с общественностью. В мире истории развития связей с общественностью насчитывается более 100 лет. В настоящее время открывается много PRкомпаний в мире, многие крупнейшие компании также имеют свои подразделения по связям с общественностью. В качестве общественной организации можно выделить и правительство, которое является представителем коммунальных услуг, управляющим общественными делами и исполнителем общественных прав. Демократическому государству необходимо справляться с работой по связям с разными группами общественности, укреплять интерактивное общение между правительством и гражданами, активно и эффективно управлять общественным мнением, защищая право граждан на получение достоверной информации и услуг, чтобы побуждать общество к прогрессу, обеспечивать стабильность и гармонию страны, формировать благоприятный имидж государства.

В настоящее время развитые страны высоко ценят государственный PR, во многих странах мира PR в системе органов государственной власти является

важным направлением исследования в сфере PR. Тем не менее, на данный момент еще недостаточно литературы, теоретических разработок, касающихся государственного PR. Приведем ниже некоторые определения, которые используют учёные из разных стран мира.

PR в системе государственного управления — это целенаправленное взаимодействие структур государственного аппарата с гражданами и общественными институтами, которое можно определить как реализуемую ими информационнокоммуникативную функцию публичной власти и управления, позволяющую оценивать отношения различных кругов общественности к тем или иным решениям и действиям, соотносить реализуемые программы с общественными интересами, формировать массовые представления по какимлибо проблемам для обретения общественного понимания, поддержки принятия и выполнения соответствующих мер [3].

Российские ученые выделяют и такой аспект: «являясь институтом политического управления, паблик рилейшнз выполняют функцию механизма для завоевания и удержания власти и политического влияния по поддержанию взаимодействия между государством и общественностью, организованных государственнымными специалистами с целью реализации управленческих и служебных функций и создания» [4].

В последние годы китайские учёные обращают большое внимание на исследование PR в системе органов государственной власти. Приведем ниже несколько определений. По мнению известного китайского ученого в сфере связей с общественностью Чжу Юньмао, государственный PR — административноуправленческая деятельность, сознательно организованная современным правительством с помощью использования PR-методов, цель которого создание положительного имиджа государства [5]. Чжань Вэнду в своей книге «правительственные связи с общественностью» определяет, что государственный PR — ряд мероприятий, организованных государством с помощью различных средств коммуникации, направленных на получение понимания и поддержки со стороны общественности, на формирование положительного имиджа с целью эффективного управления общественными делами [6]. Лиан Вэйцзянь определяет государственный PR следующим образом: государство проводит интерактивный и равный обмен с разными общественными группами посредством информационных коммуникативных средств, суть которого достижение единогласия, создание благоприятной атмосферы в обществе [7].

Сегодня использование сети в сфере государственного PR является необходимой тенденцией для развития государственного PR. В качестве нового развития PR-деятельности в эпоху интернета сетевой PR уже становится важным способом для осуществления взаимосвязи между государством и общественностью. Сетевой государственный PR — применение информационных технологий, онлайн-коммуникации государства для поддержания благоприятных связей с общественностью и сбор данных с целью совершенствования имиджа государства. С одной стороны, применение интернет-технологий позволяет улучшить эффективность деятельности государственного PR, чтобы отвечать современным требованиям. С другой

стороны, предоставленные государством информация и услуги в интернете являются наиболее востребованными у населения.

В эпоху Веб 3.0 перед специалистами в сфере государственного PR стоят такие задачи:

- установление и поддержание двусторонних связей с общественностью;
- информирование общественности о полной и объективной информации о деятельности органов государственной власти;
- сбор, анализ и формирование общественного мнения по вопросам, связанным с деятельностью государственной власти;
- создание положительного имиджа государства;
- решение общественных кризисных событий.

Чтобы эффективнее выполнить эти задачи, существуют несколько инструментов государственного PR в интернете:

- официальный интернет-портал органов государственной власти;
- форум правительства;
- электронная почта;
- социальные сети;
- фотохостинги и видеохостинги;
- краудсорсинговые ресурсы органов власти;
- правительственные блоги и микроблоги.

Хотя на данный момент уже имеется достаточно много исследований о правительственных микроблогах, но единого общепринятого определения понятия правительственного микроблога не существует.

Ли Янь в своей статье «Анализ развития открытости правительственной информации через правительственные микроблоги» указывает, что правительственный микроблог (центральный, провинциальный, уездный) — это интернет-дневник, который ведут правительственные учреждения и их сотрудники в социальных сетях, которые осуществляют открытость и гласность административных дел, сбор мнений, прислушиваются к общественному мнению [8].

Вань Цзюань определяет правительственный микроблог в своей статье «Стратегии улучшения способности управления правительственными микроблогами Китайских чиновников»: различные правительственные учреждения и их сотрудники имеют свои аккаунты микроблога в социальных сетях для взаимодействия органов власти и общества, используя свою собственную достоверную информацию. Главной целью таких микроблогов является публикация и распространение информации, связанной с работой правительства [9].

Посредством правительственных микроблогов правительственные учреждения, организации коммунальных услуг могут выполнять служебные функции и функции коммунально-административного управления [10].

Таким образом, можно сделать вывод, что субъект правительственных микроблогов — правительственные учреждения и их сотрудники, объект правительственных микроблогов — общественность. Его задачей является предоставлять информацию и услуги гражданам, формировать позитивное

отношение между правительством и обществом путём коммуникации через интернет.

Применение правительственных микроблогов в правительственных органах является новой тенденцией государственного PR в интернете в Китае и потенциально может оказать позитивное влияние на общественное мнение и имидж государства. Правительственные микроблоги создали интерактивную платформу для ведения диалога с населением. Посредством правительственных микроблогов, с одной стороны, правительственные учреждения могут распространять и объяснять политику и информацию, ставить себя под контроль народа, управлять и контролировать кризисные коммуникации, создавать положительный имидж. С другой стороны, с помощью правительственных микроблогов население может передавать свои предложения и замечания правительственным учреждениям. Это обеспечивает гражданам свободное выражение и распространение различных мнений и взглядов в обществе, а также мобилизует людей на инициативу в участии в общественных делах.

3. Развитие правительственных микроблогов в Китае как инструмента государственного PR

3.1. Современное состояние правительственных микроблогов в Китае

В 2006 году в США был создан первый прототип Твиттер, и он становится всё популярнее и популярнее среди интернет-пользователей. Но эту популярную социальную сеть Твиттер запрещалось использовать в Китае. Через 2 года в Китае началась своя история микроблогов.

Учитывая популярность сервиса микроблогов, многие государственные ведомства и чиновники Китая начали открывать свои собственные микроблоги для поддержания эффективных связей с общественностью. В ноябре 2009 года был введен в эксплуатацию первый правительственный микроблог в уезде Таоюань в провинции Хунан — символ начала развития правительственных микроблогов в Китае.

Благодаря быстрому развитию и росту популяризации интернета, всё больше и больше людей начали пользоваться микроблогами. В 2011 году в Китае начали завоевывать популярность правительственные микроблоги. Главный редактор сайта Sina, Чжен Донь на годовом форуме правительственных микроблогов 12-ого декабря 2011 года отметил, что 2011 год можно назвать начальной эрой китайского правительственного микроблога [11].

На саммите в Пекине в июне 2015 года «Мобильные государственные дела» профессор Цинхуаского университета Шэньян отмечает, что развитие правительственных микроблогов в Китае уже вступило в эпоху Web 3.0 [12]. Раньше функцией правительственных микроблогов являлось предоставление информации и поддержание взаимосвязи между правительством и общественностью. В настоящее время правительственные микроблоги представляют собой многоуровневую платформу, включающую в себя услуги, это означает, что правительственные микроблоги уже вступили в эпоху Web 3.0.

По данным на декабрь 2016 года количество правительственных микроблогов на сайте Sina в Китае достигло 165 тыс. В том числе число официальных микроблогов органов государственной власти выросло более чем на 9% по сравнению с предыдущим годом и составило 125 тыс., число микроблогов партийных и государственных работников выросло более чем на 5% по сравнению с 2015 годом и составило 39 тыс. [13].

Увеличение числа правительственных микроблогов привело к тому, что население Китая получает возможность высказаться, выразить собственное мнение. Правительственные учреждения используют эти мнения для открытого общения, чтобы лучше служить обществу, улучшить прозрачность правительственных действий.

Положение распределения и уровень применения правительственных микроблогов в Китае совпадает с развитием политики, экономики, культуры их местонахождения. Наибольшее количество правительственных микроблогов было открыто в более развитых городах страны. В 2015 году в первой десятке по развитию правительственных микроблогов находятся такие крупные города Китая, как Наньцзин, Чэньду, Циндао, Шэньчжэнь, Сиань, Гуанчжоу, Чжэнчжоу, Ханчжоу, Сучжоу и Вэйфан [14].

На основе степени коммуникации и различий в функциях выделяют 3 типа правительственных микроблогов:

- тип «Предоставление информации» (граждане Китая могут получать достоверную информацию о политических событиях, актуальных новостях, деятельности, работе властей);
- тип «Народное благоденствие и облуживание»;
- тип «Участие в управлении государством и в обсуждении государственных дел» [15].

Главная цель коммуникации в правительственных микроблогах типа «Предоставление информации» включает в себя открытую публикацию правительственной информации. Правительство может быстро сообщить о деятельности разных уровней власти, основных направлениях развития и принятии решений органами власти, социально-экономическом положении территорий, острых проблем во взаимоотношениях с коммерческими структурами и органами управления социальной, бытовой и коммунальной сферами через центральный, провинциальный и уездный микроблог.

В целях защиты прав граждан, юридических лиц или иных организаций на получение информации от правительства, повышения доступности информации о государственной деятельности и прозрачности работы правительства, полностью открыта правительственная информация о жизни населения и экономической, социальной и политической деятельности, 17-ого января 2007 года в Китае официально приняли «правила раскрытия правительственной информации КНР», вступившие в силу с 01.05.2008 г. [8].

Для граждан «правила раскрытия правительственной информации КНР» являются важным средством для обеспечения права на осведомленность. Правительственные микроблоги превратились в площадку для предоставления информации с низкими издержками и с высокой эффективностью, являясь удобным каналом получения информации для граждан. После возникновения правительственных микроблогов всё больше и больше интернет-пользователей

привыкают следить за информацией в официальных микроблогах в случае важных событий.

Тип правительственных микроблогов «Общественные услуги онлайн», ориентирован на предоставление информации о коммунальных услугах. Такой тип правительственных микроблогов в основном предоставляет населению служебную информацию. Тип правительственных микроблогов «Народное благоденствие и облуживание» может улучшить взаимосвязь между правительством и общественностью путём того, что в интернете регулярно обновляется вся необходимая информация для жизни населения «одежда, питание, жильё, предметы обихода и транспорт, прогноз погоды, качество воздуха». Делается всё, чтобы люди могли не выходить из дома и узнавать всю нужную информацию о повседневной жизни.

Тип правительственных микроблогов «Участие в управлении государством и в обсуждении государственных дел». Это современный тип правительственных микроблогов, он представляет собой многоуровневую платформу, включающую в себя услуги, связанные с консультациями, жалобами, предложениями и запросами информации. Этот тип основан на принципах и механизмах участия граждан в разработке и принятии решений органов власти, облегчения взаимодействия граждан с правительством, прозрачности и понятности работы правительства.

Возникновение нового сервиса правительственных микроблогов даёт возможность интернет-пользователям КНР участвовать в управлении государством и в обсуждении государственных дел. Через сервис правительственных микроблогов, интернет-пользователи могут свободно выразить своё мнение, делать замечания и предложения по работе правительственных учреждений, следить за принятием решений властями государства в режиме реального времени. Это также даёт возможность чиновникам правительственных органов успешно использовать общественные мнения в процессе предоставления государственных услуг. Повышение взаимосвязи между чиновниками и гражданами, качества решений органов власти и прозрачности работы правительства достигается при использовании правительственных микроблогов.

С целью определения уровня использования данного сервиса и выявления существующих проблем, возникающих при использовании правительственных микроблогов в Китае мы провели собственное исследование использования правительственных микроблогов и удовлетворенности интернет-пользователей Китая. Опрос проводился с ноября 2016 года по март 2017 года через интернет.

Общее число респондентов составило 68 человек в возрасте от 15 до 50 лет, проживающих в развитых и слаборазвитых городах и в деревнях Китая. Среди них студенты — 28 человек (41.1%), государственные служащие — 12 (17.7%), работники — 17 (25%), безработные — 6 человек (8.82%), крестьяне — 5 человек (7.38%). В опросе участвовало 38 мужчин и 22 женщины. Средний возраст участников опроса 29.5 лет. Уровень образования опрошенных распределился следующим образом: среднее или незаконченное среднее образование — 26.6%, высшее или незаконченное высшее образование — 51.4%, магистратура и аспирантура — 22%.

Анкета состояла из 19 вопросов. По результатам опроса можно сделать вывод о том, что микроблог особенно популярен среди студентов, государственных служащих и работников от 20 до 35 лет. Лишь меньшинство участников посещало китайские правительственные микроблоги (18 человек — 26.4%). Все они имеют высшее образование и живут в более развитых городах Китая, таких как Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Ханчжоу. Таким образом, уровень посещения китайских правительственных микроблогов тесно связан с уровнем образования пользователя, а также с уровнем политического и экономического развития города проживания. Среди 18 респондентов, которые посещали правительственные микроблоги, лишь 11.7% посещают правительственные микроблоги ради участия в управлении государством и в обсуждении правительственных дел, большинство опрошенных чаще всего посещают раздел «Предоставление информации» (55%) и «Народное благоденствие и обслуживание» (33.3%). Уровень политической активности респондентов оценивается невысоко. Таким образом, населению Китая стоит повысить уровень осознанного активного участия в государственных делах с использованием сети Интернет.

Более половины опрошенных считают, что большинство используемых ими правительственных микроблогов публикуют информацию и новости без значительных задержек, распространяют информацию о существующей ситуации в реальном времени и внимательно относятся к предложениям и замечаниям интернет-пользователей, своевременно отвечают на их вопросы. Но, как показал опрос, качество обслуживания правительственных микроблогов оставляет желать лучшего. В отношении существующих у правительственных микроблогов на данный момент проблем, 71% опрошенных согласны с дефицитом контактов с интернет-пользователями, 57.8% думают, что публикация необходимой информации осуществляется с задержкой, 39% опрошенных согласны с тем, что стиль речи не вызывает у интернет-пользователей интерес.

Сегодня, несмотря на бурное развитие правительственных микроблогов в Китае, ещё существуют много недостатков, которые требуют немедленного разрешения, чтобы привлечь большее число интернет-пользователей. Результаты опроса только показали частные проблемы. Более подробно существующие проблемы и рекомендации по совершенствованию правительственных микроблогов в Китае будут рассмотрены ниже.

3.2. Существующие проблемы и рекомендации по совершенствованию правительственных микроблогов в Китае как инструмента государственного PR

«Заместитель главы информационной канцелярии госсовета КНР Цянь Сяоцян сообщил, что Китай столкнулся с новым вызовом, касающимся регулирования сферы микроблогов для содействия развитию оказываемых ими услуг и созданию цивилизованной сетевой среды» [16]. В процессе бурного развития правительственных микроблогов в Китае существуют некоторые проблемы и недостатки:

- 1) Неопределённая функция и ориентация правительственных микроблогов [17].

Из-за того, что возникновение правительственных микроблогов в Китае произошло довольно поздно, функция между микроблогами правительственных учреждений и китайских чиновников различных ведомств разных провинций и районов неопределённая. На данный момент главная функция правительственных микроблогов — предоставление информации и обеспечение взаимодействия между правительством и общественностью, существует мало прикладных применений.

2) Низкая эффективность использования микроблогов местными властями, многие правительственные микроблоги находятся в состоянии «спячки».

Учитывая популярность сервиса микроблогов, многие китайские чиновники различных ведомств разных провинций и районов создали собственные микроблоги для обеспечения эффективного, оперативного и качественного информационного взаимодействия с общественностью, стараясь «быть ближе к народу». Однако далеко не все микроблоги китайских чиновников регулярно обновляются, в государственных микроблогах многие чиновники никогда не публиковали сообщения, они относятся к микроблогам с особой осторожностью. В некоторых из них записи появились лишь в день регистрации страницы [18]. Политический комментатор Цао Чжанцин считает, что это просто показуха. «Чиновники хотят показать, что близки к народу, но суть от этого не меняется», — говорит Цао [19]. Так что судить о положительном влиянии микроблогов Китайских чиновников на общественное мнение очень трудно и спорно.

3) Неравномерность развития правительственных микроблогов в Китае. В Китае в разных регионах существует различный уровень экономического и политического развития, следовательно, это оказывает некоторое влияние на уровень развития правительственных микроблогов. Несмотря на то, что правительственные микроблоги в Китае набирают популярность среди интернет-пользователей с огромной скоростью в последние дни, наибольшее количество новых правительственных микроблогов было открыто в более экономично развитых городах в Китае. В городах западного региона уровень правительственных микроблогов по-прежнему отстаёт, и сервис требует улучшения.

4) По сравнению с бурным развитием неправительственных микроблогов, к сожалению, на данный момент законы и нормативные акты правительственных микроблогов находятся в зачаточном состоянии.

В качестве эффективного инновационного механизма повышения качества государственного управления правительственные микроблоги оказывают позитивное влияние на повышение взаимодействия между правительством и общественностью и уровня прозрачности работы правительства. Но микроблоги проникли в Китай совсем недавно. Правительству не хватает знаний, чтобы эффективно использовать правительственные микроблоги, отсутствуют квалифицированные кадры. Появлялась беспорядочная ситуация, проявившаяся в неправильной публикации сообщений, отсутствии обратной связи и беспорядке в управлении. Всё это сильно влияет на авторитет, точность и эффективную эксплуатацию. И поэтому развитие правительственных микроблогов требует обязательного совершенствования законов и нормативных актов.

На основе выявленных проблем предложим начальные рекомендации по совершенствованию развития правительственных микроблогов в Китае:

- правильное понимание служащими государственных учреждений понятия «правительственный микроблог», развитие сервисного сознания в эпоху микроблогов;
- четкое определение понятия «правительственный микроблог» и его функций и ориентаций;
- усиление органичного объединения между правительственными микроблогами и вебпорталами;
- совершенствование существующих законов и нормативных документов, усиление правового регулирования микроблогов в сфере государственного управления;
- разработка путеводителя по работе правительственных микроблогов;
- проведение курсов по информационным технологиям, улучшение навыков китайских чиновников по использованию новых технологий, изучение работы с микроблогами;
- совершенствование системы информационной открытости правительства;
- создание специального учреждения по работе государственного PR;
- совершенствование системы управления правительственными микроблогами;
- использование принципов кризисного PR в новую эпоху, улучшение способностей китайских чиновников справиться с кризисом;
- повышение гражданами Китая уровня осознанного активного участия в государственных делах с использованием интернета.

Далее нам представляется необходимым отдельно рассмотреть возможности использования микроблогов в государственном PR в условиях разного рода кризисных ситуаций в Китае.

4. Правительственные микроблоги как инструмент кризисного PR в Китае

В последние годы в Китае постоянно возникают общественные кризисные события. Различные внезапные разрушительные общественные кризисные события сильно угрожают спокойствию, здоровью, также жизни граждан, их материальному благополучию и стабильности в обществе. Внезапное возникновение этих кризисных ситуаций уже является важным вызовом для хранителей общественного порядка. Таким образом, управление обществом в условиях кризиса уже стало чрезвычайно важной частью работы правительства. В данном случае эффективный кризисный PR способен восстановить, а также изменить ситуацию к лучшему. При возникновении кризиса в обществе граждане нуждаются в официальной информации, быстрое и точное предоставление которой чрезвычайно важно. Как новый инструмент кризисного PR, правительственные микроблоги играют ключевую роль источника авторитетной информации, с помощью которой граждане могут в кратчайшие сроки получить информацию во избежание недостоверной информации.

Микроблог оказывает позитивное воздействие на эффективность правительственного кризисного PR. Он имеет такие преимущества, как высокая скорость передачи информации, удобство в использовании, авторитетность и интерактивность, которые позволяют правительству быстро реагировать на ситуацию. На основе этих преимуществ официальные правительственные микроблоги становятся важным источником информации во время внезапных кризисов. С помощью правительственных микроблогов, правительство может не только разрешить кризис, получить положительную оценку от граждан, но и успешно использовать кризис в качестве возможности к созданию благоприятного имиджа правительства.

«Шанхай публикует» — это официальный микроблог городского правительства Шанхая. На данный момент официальный микроблог «Шанхай публикует» уже стал одним из самых удачных, популярных и влиятельных правительственных микроблогов в Китае. Городское правительство Шанхая осознает важность правительственных PR, с помощью @Шанхай служит народу, создаёт положительный имидж правительства Шанхая. Далее, будет приведен реальный кейс, связанный с использованием микроблога городского правительства Шанхая в кризисных ситуациях.

Вечером 31 декабря 2014 года на знаменитой шанхайской набережной Вайтань возникла давка. В итоге 35 человек погибли и 47 получили травмы в этой гигантской давке за полчаса до наступления Нового года.

В процессе события «31.12» власти Шанхая быстро среагировали на ситуацию, своевременно предоставили точную подробную информацию СМИ и населению при помощи письменного выступления и микроблога «Шанхай публикует». Официальный микроблог Шанхая играл важную роль в распространении авторитетных данных о смертоносной давке, позитивно влияя на общественное мнение. Это полностью показало преимущества правительственных микроблогов в качестве нового инструмента кризисного PR.

Кроме того, «Шанхай публикует» полностью использовал свои преимущества. 21-ого января 2015 года «Шанхай публикует» провел прямую трансляцию пресс-конференции, как платформа сетевой пресс-конференции своевременно предоставил информацию о пресс-конференции населению.

«Шанхай публикует» в процессе освещения гигантской давки много раз публиковал первичную официальную информацию. Важно отметить, что информация обновлялась быстро и точно. После события «31.12» «Шанхай публикует» добился высокой оценки со стороны граждан Китая, и он уже стал представителем местного правительства Шанхая.

Несмотря на преимущества правительственных микроблогов, высокая скорость передачи информации принесла новые вызовы для правительства. Некоторые негативные или лживые, провокационные новости легко появляются в микроблогах, а репосты и комментарии сильно ухудшают ситуацию. Правительственные микроблоги имеют много проблем, и они пока не сыграли должную роль в управлении страной в сфере связей с общественностью, особенно в кризисных ситуациях. В настоящее время многие чиновники Китая не могут ответить новым требованиям правительственного управления в эпоху микроблогов.

5. Заключение

Государственный PR в интернете — применение информационных технологий, онлайн-коммуникации государства для поддержания благоприятных связей с общественностью. Использование интернета несомненно оказывает важное позитивное влияние на способы работы, эффективность работы государственного PR. Благодаря интернет-технологиям, задачи государственного PR выполняются эффективнее. Использование инструментов коммуникации в сети (таких как официальный интернет-портал органов государственных власти, форум и чат, электронная почта, социальные сети, фотохостинги и видеохостинги, краудсорсинговые ресурсы органов власти, правительственный микроблог) позволяет построить мост коммуникации между государством и гражданами, а также предоставляет гражданам больше возможностей для обеспечения прав в области участия в государственных делах, выражения мнений и общественного контроля над деятельностью органов государственной власти. Всё это способствует государству стать более демократичным, информационным, открытым и прозрачным.

В эпоху Веб 3.0 правительственный микроблог является важной платформой для проведения PR-мероприятий правительственных органов в интернете. В последние годы правительственные микроблоги в Китае оказывают большое влияние на общество, особенно в условиях кризисной обстановки правительственные микроблоги являются важным источником авторитетной информации и играют новую роль как инструмент кризисного PR. Уровень применения правительственных микроблогов в Китае совпадает с развитием политики, экономики, культуры их местонахождения.

Несмотря на бурное развитие правительственных микроблогов в Китае ещё существуют много недостатков, которые требуют немедленного разрешения, чтобы играть должную роль как инструмента государственного PR и привлечь большее число интернет-пользователей. Среди них: отсутствие соответствующих законов и нормативных актов и неэффективное управление правительственными микроблогами в кризисных ситуациях. Для совершенствования правительственных микроблогов в Китае необходимо: четкое определение понятия «правительственный микроблог» и его функций; улучшение навыков китайских чиновников по использованию новых технологий; усиление правового регулирования микроблогов в сфере государственного управления; использование принципов кризисного PR в новую эпоху; повышение гражданами Китая уровня осознанного активного участия в государственных делах с использованием сети Интернет.

Литература

- [1] Пользователи интернета в мире.
http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0404.
- [2] Тридцать восьмой отчёт Китайского информационного центра по сети Интернет CNNIC. Официальный китайский сетевой информационный центр.

- <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201608/P020160803367337470363.pdf>.
- [3] Государственное управление: основы теории и организации/Под ред. В.А.Козбаненко. М.: Статус, 2011. С. 379.
- [4] Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции. М., 2016. С.38.
- [5] Чжу Юуньмао. PR и современное правительство. Издательство Шанхайского университета. 2006. С.125.
- [6] Чжань Вэнду. Правительственные связи с общественностью. Издательство университета с естественнонаучным и техническим профилем Южного Китая. 2004. С.67.
- [7] Лиао Вэйцзянь. Правительственные связи с общественностью. Издательство народного университета. 2010. С.15.
- [8] Ли Я. Анализ развития открытости правительственной информации со стороны правительственных микроблогов // Электронное правительство. 2012. №4. С.34.
- [9] Вань Цзюань. Стратегии улучшения способности управления правительственными микроблогами Китайских чиновников //Современная коммуникация. 2012. №4. С.153.
- [10] Лян Сяоинь. Эффект коммуникации правительственных микроблогов// Форпост новости. 2011. №9. С.22.
- [11] 2011 год начальная эра китайского правительственного микроблога// официальный сайт paper.people.com.cn/tmrhwb/html/201112/13/content1.people.cn.
- [12] Правительственные микроблоги уже вступили в эпоху Web 3.0. Гуанмин Жибао.http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/201502/07/nw.D110000gmrb_20150207_102.htm?div=1.
- [13] Тридцать восьмой отчёт Китайского информационного центра по сети Интернет CNNIC. Официальный китайский сетевой информационный центр.
<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201608/P020160803367337470363.pdf>.
- [14] Годовой отчёт по состоянию развития Сети в Китае 2015 года // Официальный сайт Китайского сетевого информационного центра.
http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201507/t20150722_52624.htm
- [15] Три типа правительственных микроблогов в Китае. Центр исследования электронной коммерции в Китае. <http://b2b.toocle.com/detail6252251.html>.
- [16] Количество микроблогов в Китае сравнилось с населением США. <https://www.postsovet.ru/blog/asia/283406.html>.
- [17] Чэнь Вэйцюань. Анализ влияния правительственных микроблогов на управление китайского правительства // Электронное правительство. 2015. №4. С.44.
- [18] В Китае чиновники завели 10 тысяч аккаунтов в микроблогах. <http://www.sunhome.ru/journal/137971>.
- [19] Китайские власти озабочены развитием микроблогов в стране. <http://www.epochtimes.com.ua/ru/>.

Government PR on the Internet: a case study of government microblogs in China

Wu Yuanyi

Saint-Petersburg State University

The article defines the concepts of Government PR and Government PR on the Internet, describes the main tasks and instruments of Government PR on the Internet. The article also reveals the current situation of government microblogs, and the advantages and the operation modes of government microblogs in emergencies in China. In recent years, government microblogs have played an important role as a tool of government PR in China. Despite the great progresses the government microblogs made in their development in China, the government microblogs still have a lot of problems to solve. The main problems and perfecting proposals of government microblogs in China are proposed in the article.

Keywords: government PR, internet, government microblogs, China.