

Рыбачук Арсений Олегович, магистрант,
факультет международных отношений,
кафедра теории и истории международных отношений
Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ
СПОРТИВНОЙ ДИПЛОМАТИИ КИТАЯ
THE USE OF PR-TECHNOLOGIES IN THE IMPLEMENTATION
OF CHINESE SPORTS DIPLOMACY**

Аннотация: В данной статье рассматривается роль спортивной дипломатии как важного элемента внешней политики Китая, способствующего укреплению международных связей и формированию положительного имиджа страны. Использование PR-технологий в спортивной дипломатии Китая направлено на укрепление международного имиджа и продвижение национальных интересов страны. Приведены примеры эффективных PR-инструментов, включая социальные медиа, рекламные компании и международные партнерства, способствующие созданию положительного образа Китая на мировой арене. Оценено влияние данных PR-кампаний на формирование «мягкой силы» Китая через крупные спортивные мероприятия, такие как Олимпийские игры. Использование спортивной дипломатии как элемента «мягкой силы» усиливает влияние Китая, укрепляя его статус активного и ответственного участника международных процессов.

Abstract: This article examines the role of sports diplomacy as an important element of China's foreign policy, contributing to the strengthening of international relations and the formation of a positive image of the country. The use of PR technologies in China's sports diplomacy is aimed at strengthening the international image and promoting the country's national interests. Examples of effective PR tools are provided, including social media, advertising companies and international partnerships that contribute to creating a positive image of China on the world stage. The impact of these PR campaigns on the formation of China's "soft power" through major sporting events such as the Olympic Games is assessed. The use of sports diplomacy as an element of "soft power" strengthens China's influence, strengthening its status as an active and responsible participant in international processes.

Ключевые слова: Спортивная дипломатия, PR-технологии, спортивные мероприятия, международный имидж, брендинг страны, Олимпийские игры

Keywords: Sport diplomacy, PR-technologies, sports events, international image, country branding, Olympic Games

Спортивная дипломатия стала важным инструментом внешней политики Китая, помогая стране укреплять международные связи и формировать позитивный имидж на мировой арене. В последние десятилетия Китай активно использует PR-технологии, чтобы через спорт демонстрировать свои культурные и экономические достижения, а также спортивный потенциал. Цель данного исследования – рассмотреть ключевые PR-технологии, которые Китай использует для продвижения спортивной дипломатии. Для анализа ключевых PR-технологий необходимо выделить наиболее популярную среди них и рассмотреть пример её успешного применения на практике.

PR-технологии – это совокупность методов, инструментов и стратегий, используемых для управления коммуникацией между организацией и её целевой аудиторией с целью



формирования позитивного имиджа, повышения узнаваемости бренда, создания доверительных отношений и решения других задач, связанных с репутацией компании. PR-технологии в Китае опираются на особенности национального медиапространства, где главную роль играют государственные СМИ, такие как WeChat и Weibo. Местные PR-стратегии ориентированы на уважение китайской культуры и традиций с акцентом на коллективизм. Китай применяет различные PR-технологии для улучшения своего имиджа и укрепления дипломатических отношений через спортивную дипломатию.

Опыт мировой истории показывает, что правительство КНР всегда активно использовало спорт, как инструмент дипломатии и расширения своего влияния на международной арене. С момента основания республики в 1949 году, спорт приобрел особое значение, став важной частью государственной политики. Использование спорта, как инструмента «мягкой силы» позволяет КНР не только расширять свое влияние, но и формировать положительный имидж государства, демонстрируя экономические и культурные достижения [4]. В спортивной дипломатии Китай активно использует такие ключевые PR-технологии, как:

- организация крупных спортивных мероприятий;
- формирование позитивного имиджа через СМИ и социальные сети;
- участие в международных организациях;
- продвижение китайских спортсменов.

Одним из ключевых инструментов в спортивной дипломатии Китая является организация крупных международных спортивных мероприятий. Примером этому служат Олимпийские игры 2008 года в Пекине и зимние Олимпийские игры 2022 года, которые стали знаковыми событиями не только в спортивном, но и культурном и политическом аспектах, а также иллюстрацией того, как PR-технологии могут эффективно формировать восприятие страны [5]. Применение PR-технологий на обеих Олимпиадах подчеркнуло стратегическое значение медиа, культурных символов и общественных коммуникаций в укреплении позиций Китая на мировой арене.

Летние Олимпийские игры 2008 года в Пекине стали масштабным спортивным мероприятием, организованным Китаем и открыли новый этап использования спорта для демонстрации достижений страны. Масштабные инфраструктурные проекты, такие как стадион «Птичье гнездо» и водный комплекс «Водный куб», стали яркими символами модернизации Китая и его способности реализовывать амбициозные проекты. Данные объекты инфраструктуры стали символами новой архитектурной и технологической эпохи Китая. Каждое из них было разработано с использованием новейших технологий и передовых инженерных решений, что позволило продемонстрировать миру высокий уровень компетенции и возможностей китайских специалистов [5]. Оба сооружения привлекли внимание мировых СМИ, которые подробно освещали ход строительства и технологические особенности этих объектов. СМИ регулярно публиковали репортажи, формируя имидж КНР, как страны, претендующей на место среди технологических лидеров.

Во время подготовки и проведения Олимпиады 2008 года, Китай активно использовал медиа-пространство, чтобы представить себя мировой общественности. PR-стратегия включала множество целевых кампаний, направленных на создание привлекательного образа страны. Государственные СМИ, такие как CCTV и People's Daily, освещали каждую стадию подготовки Олимпиады, начиная с инфраструктурных проектов и заканчивая культурными мероприятиями. Социальные сети, такие как WeChat и Weibo, также играли важную роль в формировании общественного мнения и укреплении национального самосознания у граждан КНР, а также оказали влияние на международную аудиторию.



Благодаря взаимодействию с аудиторией за пределами страны через данные социальные сети получилось создать позитивный имидж, который стал важной составляющей стратегии «мягкой силы».

Церемония открытия Олимпийских игр была уникальным примером интеграции культурного наследия с технологическими инновациями. Режиссерская работа Чжана Имоу продемонстрировала глубокую проработку концепции, призванной отразить богатое историческое наследие Китая и его стремительное движение к современности. PR-специалисты использовали эту возможность для демонстрации культурных элементов, связанных с древними традициями, такими как Конфуцианская философия, одновременно показывая современные достижения. Такое сочетание усиливало восприятие Китая, как государства с мощными культурными корнями, устремленного в будущее. Все аспекты церемонии были интегрированы в PR-кампанию, которая привлекла внимание мировой прессы [2]. Масштабные выступления с участием тысяч синхронно движущихся исполнителей вызвали восхищение зрителей, подчеркнув значимость коллективизма в китайской культуре. Международные СМИ широко освещали данное событие, способствуя формированию положительного образа Китая. Таким образом, Олимпиада превратилась в эффективный инструмент «мягкой силы», благодаря которому Китай смог значительно повысить свой международный авторитет и продемонстрировать умение гармонично соединять вековые традиции с передовыми технологиями.

Такой подход стал логичным продолжением стратегического курса, направленного на укрепление международного имиджа Китая на Зимних Олимпийских играх 2022 года в Пекине. Несмотря на значительные трудности, обусловленные пандемией COVID-19, страна сумела продемонстрировать высокий уровень организации мероприятия, подтвердив свою способность эффективно управлять сложными процессами даже в условиях кризиса.

Одним из ключевых аспектов PR-кампании зимних Олимпийских игр стало акцентирование внимания на экологических инициативах и принципах устойчивого развития. Учитывая растущую обеспокоенность мирового сообщества вопросами изменения климата, Китай предпринял ряд шагов, направленных на минимизацию воздействия спортивного события на окружающую среду. Например, все спортивные объекты были построены с учетом требований энергоэффективности и снижения углеродного следа. Особое внимание уделялось использованию возобновляемых источников энергии, таких как солнечная энергия и ветряная генерация. Данные меры позволили Китаю позиционировать себя как страну, заботящуюся об экологии и стремящуюся внести вклад в борьбу с изменением климата. PR-специалисты активно продвигали эти инициативы через международные СМИ, создавая образ Китая как ответственного участника глобальной экологической повестки дня. Зимние Олимпийские игры 2022 года стали очередной иллюстрацией умения Китая гармонично сочетать древние традиции с современными достижениями, подтверждая его статус влиятельного игрока на международной сцене.

Таким образом, спортивная дипломатия Китая, подкрепленная эффективными PR-технологиями, является значимым фактором формирования благоприятного имиджа страны на международной арене. Организация крупных спортивных мероприятий предоставляет Китаю возможность не только продемонстрировать свои достижения, но и укрепить дипломатические связи с другими государствами. Эти усилия способствуют повышению международного авторитета Китая, улучшая его позиции как глобального игрока и активного участника международных процессов.



Список литературы:

1. Nye J.S. America's Information Edge / J. Nye, W. Owen // Foreign Affairs. – 1996. – Vol. 75, – No. 2. – P. 20-36.
2. Nye J.S. Jr. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power / Joseph S. Nye, Jr. – New York: Basic Books. – 1991. – 336 p.
3. Лю Сяо., Лю Чжаои. Мягкая сила Китая: культура и спорт / Лю Сяо., Лю Чжаои // Социально-политические науки. – 2022. – № 2. – С. 127–133.
4. Черкасова П.В. Спортивная дипломатия как эффективный инструмент мягкой силы / П.В. Черкасова // Русская политология. – 2020. – № 4 (17). – С. 38–44.
5. Лю Чжаои. Особенности спортивной дипломатии Китая / Лю Чжаои // Социально-политические науки. – 2023. – № 3. – С. 138–144.

