

Основные инструменты государственного пиара и их использование на примере Олимпиады 2014 в Сочи

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Васильева Ксения Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Ksusharik-v@yandex.ru

Работа посвящена инструментам государственного пиара, занимающего важное место в функционировании государства. Основной задачей данного направления является формирование доверия граждан к правительству, для чего создаётся образ сильной власти, способной оперативно решать все виды проблем [2].

Пять лет назад Российская Федерация удостоилась чести принимать Олимпиаду, и это масштабное событие останется важной вехой в истории нашего государства, я считаю необходимым проанализировать практику использования рассмотренных в работе инструментов во время Олимпиады и оценить их влияние на внутривнутриполитическую и внешнеполитическую обстановку.

В результате изучения литературы, посвященной информационным и коммуникативным аспектам политики в целом и спортивных мероприятий в частности, мною были выделены основные инструменты государственного пиара. Они рассмотрены как с позиции теории, так и с точки зрения их практического применения.

Социологические исследования как основной источник информации для анализа. Так, например, посредством опроса было выявлено, что рейтинг В.В.Путина повысился и достиг отметки 67,7% [3].

СМИ как основной инструмент любого вида PR [4]. Газеты, журналы, Интернет освещали Олимпиаду каждый день, благодаря чему каждый может в любое время найти нужную информацию.

Пропаганда как способ формирования мировоззрения у общественности [1]. Одним из самых популярных роликов для показа зарубежом является «Russia. The door is open», который представлял Россию в позитивном ключе в отличие от Freedom House в США.

Пресс-конференции и интервью в период Олимпиады как возможность получения информации «из первых уст».

В рамках исследовательской работы были также выделены основные задачи, стоявшие перед Олимпиадой 2014 в Сочи: активное развитие регионов, улучшение состояния спорта в стране, создание круглогодичного курорта Сочи, воспитание патриотизма, повышение международного престижа [5].

В заключение подведены итоги проведения Олимпиады, а также проанализирована эффективность использования рассмотренных инструментов.

Источники и литература

- 1) Катлип, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Брум, Глен, М. Паблик Рилейшнз. Теория и практика, 8-е изд – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2003.

- 2) Логвинова Т.В. Научная статья «Связи с общественностью в системе государственного управления», Тамбов, журнал «Ученые записки Тамбовского отделения РосМУ», 2015.
- 3) Насыбуллин А.А. Олимпиада-2014 как социальный фактор роста патриотизма. – Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2014, №4(36), с.159-165
- 4) Сазонова Ю.А. Электронный научно-практический журнал «Гуманитарные научные исследования»/ научная статья «Концепция спорта как политики и её реализация на страницах СМИ»/ 23.09.2018
- 5) Путин В.В. Интервью. 19 января 2014 года <http://kremlin.ru/events/president/news/20080>