

РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКЕ ГОСУДАРСТВ

Мухитдинова Шахло Нуритдиновна

*Студентка 1-ого курса магистратуры факультета «Политологии»
направления «Государственная политика и управление социально –
политическими рисками» Филиала МГУ имени М.В.Ломоносова в городе Ташкенте*

Азиз-Кариев Ойбек

*Студент 1-ого курса магистратуры факультета «Политологии»
направления «Государственная политика и управление социально –
политическими рисками» Филиала МГУ имени М.В.Ломоносова в городе Ташкенте*

Мухамедова Мукаддасхон Рустамовна

*Преподаватель кафедры социально-гуманитарных наук Филиала МГУ имени
М.В. Ломоносова в городе Ташкенте*

Сегодня международная политика уже не ограничивается переговорами за закрытыми дверями. Она всё больше выходит в публичное пространство, где важную роль играют медиа, социальные сети и PR-стратегии. Государства стремятся не только договариваться между собой, но и влиять на общественное мнение — как внутри страны, так и за её пределами.

Общественные коммуникации стали ключевым инструментом современной политики. Через них страны формируют свой имидж, объясняют свои действия и фактически конкурируют за внимание и доверие мировой аудитории.

Общественные коммуникации как инструмент влияния

Один из самых значимых подходов связан с концепцией «мягкой силы» Джозефа Ная. Он подчёркивал, что государство может добиваться своих целей не только через давление, но и через привлекательность своей культуры, ценности и политики.

Сегодня важно не только быть сильным, но и вызывать симпатию. И именно здесь общественные коммуникации играют решающую роль. PR, медиа и культурные проекты становятся инструментами, которые мягко, но эффективно влияют на восприятие страны.

В современном мире выигрывает тот, кто умеет правильно «рассказать о себе». Даже сильная политика может восприниматься негативно, если она не сопровождается грамотной коммуникацией.

Государства применяют разные инструменты для влияния на международную аудиторию. Одним из ключевых является публичная дипломатия — взаимодействие не только с правительствами, но и с обществом других стран. Например, программы обмена, образовательные инициативы и информационные проекты, реализуемые «Государственным департаментом США», формируют долгосрочное позитивное отношение к стране.

Важную роль играют и международные СМИ, такие как BBC и CNN. Они не просто передают информацию, а формируют глобальную повестку и интерпретацию событий.

Например, освещение международных конфликтов в разных медиа может существенно отличаться, создавая противоположные картины происходящего для разных аудиторий.

Социальные сети стали ещё одним мощным инструментом. Они позволяют государствам напрямую обращаться к миллионам людей по всему миру, обходя традиционные каналы. Это делает коммуникацию быстрой и эффективной, но одновременно увеличивает риски манипуляций.

Общественные коммуникации.

Практика показывает, что общественные коммуникации действительно работают как инструмент международного влияния.

Так, США активно используют культурное и образовательное влияние. Программы международного обмена, такие как Fulbright, помогают формировать позитивное отношение к стране среди иностранных студентов. Голливуд, глобальные медиа и технологические бренды также усиливают привлекательный образ США. Это один из самых ярких примеров успешного использования «мягкой силы».

В свою очередь, Китай развивает собственную стратегию влияния. Создание Институтов Конфуция по всему миру и инвестиции в международные медиа позволяют Китаю продвигать свою культуру и точку зрения. Это показывает, что коммуникации становятся частью долгосрочной политической стратегии.

Особенно заметна роль коммуникаций в условиях международных конфликтов. Информационные кампании, освещение событий в СМИ и работа с общественным мнением становятся не менее важными, чем дипломатические или военные действия. Разные страны могут по-разному представлять одни и те же события, формируя противоположные позиции в мировом сообществе.

Интересен и региональный пример Узбекистана. В последние годы страна активно работает над своим международным имиджем: развивает туризм, участвует в международных форумах, демонстрирует открытость реформ.

Это показывает, что даже без глобального доминирования государство может усиливать своё влияние через грамотные коммуникации.

Публичная дипломатия.

Однако у общественных коммуникаций есть и обратная сторона. Распространение дезинформации, манипуляции общественным мнением и информационные войны становятся всё более распространёнными.

Иногда складывается ощущение, что борьба идёт не за факты, а за их интерпретацию. Кто быстрее и убедительнее донесёт свою позицию, тот и формирует общественное мнение. Это делает коммуникации мощным, но в то же время опасным инструментом.

Общественные коммуникации.

Таким образом, общественные коммуникации стали неотъемлемой частью международной политики. Они позволяют государствам не только информировать, но и влиять, формировать доверие и продвигать свои интересы.

В будущем их значение будет только расти. В мире, где информация распространяется мгновенно, выигрывает тот, кто умеет не только действовать, но и правильно объяснять свои действия.

Именно поэтому современная политика — это уже не только про решения, но и про их восприятие.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1 Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs. (Фундаментальный труд Джозефа Ная о «мягкой силе»).

2 Кастельс М. *Власть коммуникации* — М.: Изд. дом ВШЭ, 2016. — 564 с. (Главный источник по влиянию цифровых медиа и соцсетей на мировую повестку).

3 Лебедева М. М. *Публичная дипломатия: Теория и практика* — М.: Аспект Пресс, 2017. — 288 с. (Российский базовый учебник по инструментам влияния государств).

4 Pomerantsev, P. (2019). *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. PublicAffairs. (Отличный источник для раздела про дезинформацию и борьбу за «интерпретацию фактов»).

5 Museyibzada, J., & Usmonov, B. (2024). *Formulating Uzbekistan's Evolving Strategic Narrative (2016–2024)*. *The Journal for Interdisciplinary Middle Eastern Studies*, 10(2), 135-168. (Свежее академическое исследование того, как Узбекистан строит свой международный имидж и продвигает реформы).