

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В КИТАЕ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ

Эльмира  
КАГАЗБАЕВА\*

кандидат политических наук, доцент Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан, [Kagazbaeva.e@gmail.com](mailto:Kagazbaeva.e@gmail.com)

Дата поступления рукописи в редакцию: 19/08/2022

DOI: 10.52123/1994-2370-2022-870

УДК 32.019.5

МРНТИ 11.15.89

**Аннотация.** В научной статье проведен анализ технологий управления общественным мнением, показана роль интернета в формировании общественного мнения в КНР. Четкая техническая и организационная регламентация поведения пользователей в виртуальном пространстве является отличительной особенностью китайского интернета. Автор приходит к выводу, что пропаганда и агитация, связь с общественностью, правительственные микроблоги, политический маркетинг являются ведущими технологиями и инструментами управления общественным мнением в руках китайского правительства. Данные технологии используются в целях формирования доверия к государственным структурам и создания ее позитивного образа. В Китае проведена большая работа по всесторонней регламентации поведения граждан и организаций в интернете, государство достигло технологической информационной независимости, введены ограничения политического поведения и высказываний пользователей в сети.

**Ключевые слова:** политические технологии, средства массовой информации, интернет, пропаганда, агитация, связь с общественностью, общественное мнение.

**JEL коды:** F52, H70, O30

**Аңдатпа.** Ғылыми мақалада қоғамдық пікірді басқару технологияларына талдау жасалды, ҚХР-да қоғамдық пікірді қалыптастырудағы интернеттің рөлі көрсетілді. Виртуалды кеңістіктегі пайдаланушылардың мінез-құлқын нақты техникалық және ұйымдастырушылық реттеу Қытай интернетінің ерекшелігі болып табылады. Автор үгіт-насихат, қоғаммен байланыс, үкіметтік микроблогтар, саяси маркетинг Қытай үкіметінің қолындағы қоғамдық пікірді басқарудың жетекші технологиялары мен құралдары деп тұжырымдайды. Бұл технологиялар мемлекеттік құрылымдарға деген сенімді қалыптастыру және оның оң бейнесін жасау мақсатында қолданылады. Қытайда Интернеттегі азаматтар мен ұйымдардың мінез-құлқын жан-жақты реттеу бойынша үлкен жұмыс жүргізілді, мемлекет технологиялық ақпараттық тәуелсіздікке қол жеткізді, желідегі саяси мінез-құлық пен пайдаланушылардың мәлімдемелеріне шектеулер енгізілді.

**Түйін сөздер:** саяси технологиялар, бұқаралық ақпарат құралдары, интернет, насихат, үгіт, қоғаммен байланыс, қоғамдық пікір.

**JEL кодтар:** F52, H70, O30

**Abstract.** The scientific article analyzes the technologies of public opinion management, shows the role of the Internet in the formation of public opinion in China. A clear technical and organizational regulation of user behavior in the virtual space is a distinctive feature of the Chinese Internet. The author comes to the conclusion that propaganda and agitation, public relations, government microblogs, political marketing are the leading technologies and tools for managing public opinion in the hands of the Chinese government. These technologies are used in order to build trust in government structures and create a positive image of it. A lot of work has been done in China to comprehensively regulate the behavior of citizens and organizations on the Internet, the state has achieved technological information independence, restrictions on political behavior and statements of users on the Network have been introduced.

**Keywords:** political technologies, mass media, Internet, propaganda, agitation, public relations, public opinion.

**JEL codes:** F52, H70, O30

### Введение

Актуальность научной статьи обусловлена несколькими факторами. Во-первых, доступность и быстрота распространения информации сегодня

позволяет людям формулировать свое мнение о событиях на основе сопоставления различных фактов и мнений. Поэтому существует научная необходимость анализа данного процесса. Во-вторых, особую

\* Автор для корреспонденции: Э. Кагазбаева, [Kagazbaeva.e@gmail.com](mailto:Kagazbaeva.e@gmail.com)

целесообразность приобретает необходимость исследования вопросов, связанных с деятельностью институтов власти КНР по трансформации общественного сознания и формированию общественного мнения, в частности. Действительно, как показывает китайская политическая практика, именно параметры процесса политического управления оказывают существенное влияние на эффективное развитие функционирование общества. В-третьих, с развитием глобализации экономических и политических процессов, информационно-коммуникативных технологий, средств массовой коммуникации управление общественным мнением перестало ограничиваться пределами одного государства.

Целью исследования научной статьи является анализ специфики технологий управления общественным мнением в КНР. Теоретическая значимость исследования состоит в том, что нами был собран и систематизирован научный материал, который можно будет использовать в перспективных научных исследованиях по аналогичной теме.

### Материалы и методы

Методологической базой исследования выступили методы статистического и сравнительного анализа, также использовались описательный метод и обобщение. Материалами исследования послужили теоретические и аналитические статьи, посвященные аспектам управления общественным мнением. Также были использованы данные статистической отчетности государственных органов, экспертных и исследовательских организаций, а также законодательные и нормативно-правовые документы Китайской Народной Республики.

### Результаты

Действенным инструментом управления общественным мнением государственной властью КНР является Public Relations. Главная задача Public Relations состоит в обеспечении диалога власти и общества, формирование каналов получения обратной связи от населения. Очень важная функция Public

Relations в государственных органах состоит в формировании доверия к государственным структурам и создания ее позитивного образа. Для этих целей государство использует максимально большой арсенал инструментов и каналов коммуникации.

Следующим важным инструментом технологии управления общественным мнением и центром установления отношений между обществом и правительством являются правительственные микроблоги Китая. Также это эффективный инструмент, влияющий на разрешение социальных противоречий и повышения имиджа властных структур. Интернет пользователи участвуют в общественных делах, распространяют и выражают свои взгляды, мнения, а также отслеживают политические события и информацию о государственных услугах через государственные микроблоги.

По мнению китайского исследователя Ли Янь «правительственный микроблог есть своего рода интернет дневник, который ведется сотрудниками государственных учреждений центрального, провинциального и уездного уровня, которые осуществляют сбор мнений, информируют об административных делах, обслуживают население, публикуют и распространяют информацию и прислушиваются к общественному мнению» (Ли, 2016, с. 34). Микроблоги выполняют запросы общества и являются платформой для выражения общественного мнения. Повышает коммуникативное взаимодействие между государственными структурами и населением следующие инструменты коммуникации: сайты правительственных органов, социальные сети, видеохостинги, фотохостинги, краудсорсинговые площадки, блоги, государственные микроблоги, форумы, чаты, электронная почта. Перед государственными служащими в сфере государственного Public Relations ставятся следующие задачи: во-первых, для установления и поддержания двусторонних связей с общественностью, во-вторых, для сбора, анализа и формирования общественного мнения о

деятельности органов государственной власти и, в – третьих, для информирования общественности о деятельности государственных структур; в-четвертых, создавать положительный имидж государства; в-пятых, принятие решений по выходу из кризисных ситуаций (Ли, 2016, с. 33).

Если международные и частные PR фирмы в Китае продолжали образовываться и развиваться, то государственные PR институты отставали и государственные служащие выдавали общественности только пропагандистскую информацию. Однако с развитием интернета, медиа системы, интернационализации китайского бизнеса усилилось общественное давление на правительство по поводу получения доступной, правдивой информации (Engel, 2012).

Существуют много различных каналов реагирования правительства Китайской Народной Республики на общественное мнение в интернете. По состоянию на 2015 год в стране насчитывается более 45 000 порталов, образующих систему пяти уровней сайтов: волость, уезд, город, провинция и центр. В задачи этих сайтов входит продвижение политических мероприятий партии и правительства, предоставление для общественности информации о деятельности государственных органов. Согласно «Отчету об оценке микроблогов правительства КНР за 2015 год» в сетях Интернета было зарегистрировано 50 561 административных микроблогов, из них более 30 тысяч относились к правительственным и партийным кадрам (Цуй Сюэцзин, 2016, с. 89). Таким образом, государственные служащие могут не только публиковать правительственную информацию, но и реагировать на общественное мнение в интернете. Следует отметить, что существуют и проблемы во взаимодействии государственных органов и общества в интернете. По мнению китайского исследователя Ли Сюя, многие государственные служащие научно не подготовлены и не понимают, как реагировать на общественное мнение. Ярким примером является поведение чиновников на пресс-конференциях. Зачастую они на вопросы

журналистов отвечают короткими фразами, показывая тем самым свою неподготовленность и недостаточный профессионализм. Поэтому роль пресс-конференций как способа устранения недопонимания между обществом и государством значительно снижается (Ли Сюй, 2018, с. 96). Зачастую государственные чиновники в случае обнаружения в интернете о себе неблагоприятного мнения удаляют или блокируют информацию о себе, игнорируя общественное мнение и ставя под сомнение действия властей со стороны общества. Такие примеры показывают, что местные чиновники по-прежнему игнорируют требования общества и делают упор в своей работе на контроль и управление общественным мнением.

Многие интересы и требования общества остаются без должного внимания, что замедляет процесс политического участия граждан в деятельности государства и создает условия для возникновения оппозиции в обществе.

Вторая проблема касается того, как работают институциональные механизмы с точки зрения реагирования правительства на общественное мнение в сети. Так многие правительственные веб сайты работают не эффективно и связано это с тем, что информация не обновляется, а та, что имеется на порталах, носит однонаправленный характер (Тэн Вэй, 2003, с. 34).

По мере усиления позиции общественности в интернете государственные служащие начинают реагировать на общественное мнение, хотя и существуют региональные различия и многое зависит от профессионализма чиновника. В основном региональные административные микроблоги более распространены на Востоке, Юге и Севере Китая. Политическая открытость государственных микроблогов зависит от политики в целом и от значимости того или иного региона. Согласно результатам исследования центра Национального института управления, на четырех крупнейших порталах Китая: Tencent, Sina, Синьхуа, Народной сети на долю провинциальных городов и автономных

областей приходится около 60% микроблогов, 22% относятся структурам провинциального уровня, к уездным властям - 16% и 4% принадлежит подведомственным им структурам (*Цуй Сюэцзин, 2016, с. 90*).

Третья проблема связана с тем, что информационная грамотность китайских правительственных чиновников в эпоху глобализации и развития рыночной экономики является недостаточной. Их знания об интернете отстают от развития современной медиаиндустрии. Традиционную структуру бюрократической иерархии разрушило развитие информационных технологий. Для взаимодействия государства и общества была представлена высокоэффективная технологическая платформа. Правительство оказалось в объективе граждан, что выдвигает более высокие требования к деятельности органов власти и к профессионализму чиновников. «Путь к слуху правителя следует расчищать и не следует загромождать» (*Ли Сюй, 2018, с. 100*).

Поэтому реакция государства на общественное мнение состоит в смене жесткого управления и контроля на гибкое управление, формирование профессионального государственного аппарата. В глазах правительства гибкий подход к управлению сможет поменять негативный имидж интернета как источника угроз и вызовов. Правительство считает, что интернет предоставляет преимущества и дополнительные возможности в управлении, способствует созданию сервисно-ориентированного аппарата.

Одним из средств сохранения и укрепления власти является агитация и пропаганда в деятельности Коммунистической партии Китая (КПК). Хотя задачи органов пропаганды со времен Мао Цзедуна не изменились, однако свои коррективы в деле формирования общественного мнения вносит глобализация, развитие интернета, рыночные отношения в экономике.

Рассмотрим, как устроена система идеологической работы в КНР. На вершине иерархии идеологической деятельности находится Центральный комитет (ЦК) Коммунистической партии

Китая, куда входят партийные и государственные чиновники высшего ранга. С 1997 года функционирует еще один важный орган – Руководящая комиссия ЦК по строительству духовной цивилизации, в компетенции которого входят вопросы контроля в сфере образования и СМИ. Его исполняющим органом является Канцелярия Центрального комитета по строительству духовной цивилизации. Руководитель Канцелярии одновременно занимает должность первого заместителя Отдела пропаганды, что позволяет сделать вывод о том, что Канцелярия является одним из подразделений Отдела пропаганды ЦК КПК. Центральному комитету КПК подчиняется Отдел пропаганды ЦК КПК. Все высшие должности, связанные с пропагандисткой и идеологической работой занимают высшие партийные чиновники (*Сайт Канцелярии по строительству духовной цивилизации, 2022*). Следует отметить, что один высокопоставленный чиновник может занимать сразу 3-4 должности и сосредотачивает в своих руках большую власть в сфере идеологической работы.

В функциональные обязанности Отдела пропаганды ЦК КПК входят следующие задачи: формирование общественного мнения; управление созданием духовных культурных продуктов; контроль над СМИ; формулирование и планирование задач по политической и идеологической работе (*Отдел пропаганды, 2022*). В вопросах контроля и цензуры над обществом данный Отдел играет только руководящую роль, то есть занимается разработкой и рассылкой различным ведомствам устные или письменные директивы, инструкции.

Среди функциональных подразделений Отдела имеются: департамент агитации, департамент теоретической работы, департамент новостей, департамент по работе с общественным мнением, департамент литературы и искусства. В рамках департамента новостей функционируют отдел интернет цензуры и обозревателей новостей. Группа обозревателей новостей была образована в 1994 году, в которую входят члены партии пенсионного возраста, имеющий опыт



работы в сфере пропаганды и средствах массовой информации. В их обязанности входит вычитка новостей во всех регионах страны в целях контроля над новостными медиа и общественным мнением. С привлечением опытных партийных работников пенсионного возраста решается проблема обеспеченностью цензорами и сохраняется преимущество идеологических подходов в цензуре.

Проанализируем, как правительство использует Интернет в качестве средства пропаганды. Прежде всего, вся информация в сети подвергается цензуре и для этой деятельности привлекаются сотни тысяч сотрудников. Эта деятельность прерогатива Отдела цензуры. Специальными онлайн-комментаторами, нанятыми региональными отделами пропаганды формируется по узловым вопросам общественное мнение. В социальных сетях в соответствии с инструкциями они публикуют посты и комментарии с различных аккаунтов, получая сдельную оплату за количество написанных сообщений и комментариев (*Zhang Lei, 2017*). В отношении китайского сегмента Интернета существует список инструкций, подготовленный пятым департаментом Пресс канцелярии Государственного Совета. Ведущую роль в отслеживании нелегального контента и блокировке ресурсов играет Бюро общественной безопасности.

Система пропаганды изначально разделяется на две взаимодействующие части: на внутреннюю и внешнюю пропаганду, первая направлена на граждан Китая, вторая – на зарубежный мир. Внутренняя пропаганда подразделяется на внутрипартийную и массовую. Пропагандистская деятельность внутри партии нацелена на членов партии. Проводятся различные курсы подготовки кадров, функционируют партийные школы, проводятся в национальном масштабе различные пропагандистские акции и кампании. Свои газеты издаёт Отдел пропаганды ЦК КПК «Партийное строительство» и «Внутренняя информация», также контролирует редакции более 200 партийных газет и журналов (*Shambaugh, 2017*).

С возникновением новых средств массовой информации увеличивается потребность в образованных людях (не ниже степени магистра), задействованных в системе массовой пропаганды, что свидетельствует о росте профессиональных подходов к пропаганде и постоянно увеличивающейся аудитории. В целом пропагандистскую деятельность можно охарактеризовать как упреждающую пропаганду – создание и распространение информации, передаваемой различным слоям общества. КПК Китая рассматривает пропаганду как превентивный инструмент в деле образования и воспитания народа, в формировании управляемого общества. Члены Отдела пропаганды ЦК КПК присутствуют в различных профессиональных объединениях, к примеру, ассоциация журналистов, книгоиздателей и т.д. (*Отдел пропаганды, 2022*).

Новостное агентство Синьхуа занимает особое место в работе системы пропаганды и официально является органом Государственного Совета. В функции Синьхуа входит не только освещение новостей и распространение партийной и государственной пропаганды, но ее зарубежные представительства занимаются сбором информации и относятся к разведывательному сообществу. Функцию цензоров выполняет весь редакторский коллектив Синьхуа.

Рассмотрим, как организована работа по организации цензуры. К примеру, на регулярных заседаниях редакторов международного департамента Синьхуа происходит ознакомление с директивами Отдела пропаганды, где даются рекомендации по освещению различных тем и правильному использованию терминологий. Журналисты в свою очередь, благодаря таким инструкциям и рекомендациям, вырабатывают механизм самоцензуры. Следует заметить, что Синьхуа ограниченным тиражом издаёт новости для официальных лиц, чувствительные для открытой публикации и маркирует под грифом «секретно» (*Shambaugh, 2017*). В целом, пропаганда нацелена на положительный настрой в обществе, на

сохранение как государственной, так и общественной стабильности.

Доступ в интернет контролируется путем разделения китайского сегмента на следующие специализированные сети: научно-исследовательская - China Science and Technology Network, образовательная - China Education and Research Network. Все технические каналы, соединяющие Китай с внешним миром, управляются 9 интернет-провайдерами. Только после проверки в местном полицейском участке и получения сертификата от провайдера осуществляется регистрация и допуск к работе в сети (Семченков и Несолена, 2018, с. 26).

Установка фильтров для блокирования доступа к неблагонадежным веб-сайтам является прерогативой интернет-провайдеров. Лицензию для создания веб-сайтов выдает Министерство промышленности и информационных технологий только после детальной проверки и при наличии большого уставного капитала. Только компании с государственным участием могут получить лицензии на трансляцию видео онлайн и радиовещание. В то же время китайская система управления интернетом предусматривает более приемлемые правила по отношению к предпринимателям, зарубежным инвесторам, ученым и работникам масс медиа.

Информационная инфраструктура Китая находится под контролем государства и ущерб ее функционированию считается угрозой национальной безопасности КНР. Органами государственной безопасности осуществляется отражение кибератак на информационную инфраструктуру КНР, в китайском сегменте интернета завершены разработка и тестирование новой системы обеспечения безопасности (Романова, 2016).

Таким образом, в Китае проведена большая работа по всесторонней регламентации поведения граждан и организаций в интернете, государство достигло технологической информационной независимости, введены ограничения политического поведения и высказываний пользователей в сети, активно

используются маркетинговые коммуникационные технологии, агитация и пропаганда при формировании и управлении общественным мнением.

В 1994 году были опубликованы «Правила регулирования, обеспечивающие безопасность компьютерных и информационных систем», согласно данному документу китайские органы власти были наделены правом блокировать материалы, «вредящие репутации государства, в частности информацию, наносящую вред национальной безопасности, государственному строю и КПК» (International Strategy of Cooperation on Cyberspace, 2017). В 2006 году была принята «Национальная стратегия по развитию информатизации до 2020 года», в которой была выражена идея «активной обороны и симметричного реагирования на новые вызовы». В документе были прописаны правила для иностранных IT компаний и производителей программных обеспечений, по которому они обязаны были проходить сертификацию для функционирования на территории Китая. Некоторые западные медиа платформы, несогласные с данным правилом, ушли с китайского рынка, в частности это Facebook и Youtube, другие – как Google начали сотрудничать с китайским правительством и самостоятельно начали блокировать неудобные КПК материалы. В 2015 году был принят Антитеррористический закон КНР, предоставивший большие полномочия органам государственной безопасности в интернет пространстве, в частности, по введению запрета на публикацию в интернете зарубежными СМИ информации несогласованной с государственными органами. Итак, руководству КНР за последние два десятилетия удалось сформировать действующую и эффективную систему контроля за национальным интернет сегментом и установить правила как для китайских пользователей, так и для зарубежных компаний (Федоров, 2018, с. 6). Благодаря вышеуказанным действиям китайских властей зарубежные акторы лишены инструментов информационного воздействия на большую часть китайской аудитории.

## Выводы

В завершении настоящего исследования подведем итоги. Так как Казахстан взял курс на политическую модернизацию и построение справедливого, демократического государства, опыт нашего близкого соседа – Китая в сфере информационной политики представляет прежде всего теоретический, научный интерес. Использование пропаганды и агитации для укрепления политического режима, жесткое административное управление обществом, техническая и

организационная регламентация поведения пользователей в виртуальном пространстве и контроль интернета, на наш взгляд, недопустимы в «Новом Казахстане». Однако, практический интерес для нас представляют технологические механизмы защиты виртуального пространства и на этой основе достижение информационного суверенитета; использование правительственных микроблогов для разрешения социальных противоречий и повышения имиджа государства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Engel, J. (2012). The History of Public Relations in China: A Western Comparison and Beyond. *Syracuse University Honors Program Capstone Projects*. 176. [https://surface.syr.edu/honors\\_capstone/176](https://surface.syr.edu/honors_capstone/176)
- International Strategy of Cooperation on Cyberspace. (2017). [http://www.xinhuanet.com/english/china/2017-03/01/c\\_136094371.htm](http://www.xinhuanet.com/english/china/2017-03/01/c_136094371.htm)
- Shambaugh, D. (2017, April 17). China's propaganda system, Quartz. <https://qz.com/960948/what-happens-when-you-try-to-send-politically-sensitive-messages-on-wechat/>
- Zhang Lei. (2017, February 05). Invisible footprints of online commentators. *Global Times*. [http://www.globaltimes.cn/special/2017-02/503820\\_3.html](http://www.globaltimes.cn/special/2017-02/503820_3.html)
- Ли, С. (2018). Реакция правительства КНР на общественное мнение в интернете: проблемы и решения. *ЛОКУС: люди, общество, культуры, смыслы*, №2, 93- 102.
- Ли, Я. (2016). Анализ развития открытости правительственной информации со стороны правительственных микроблогов. *Электронное правительство*, №4, 20-45.
- Романова, А. (2016). Даешь Интернет законный и мирный! В КНР ввели новую стратегию по кибербезопасности, *Вести.Ru*. <http://www.vesti.ru/doc.html?id=283789>.
- Сайт Канцелярии по строительству духовной цивилизации. <http://www.scio.gov.cn/xwbjs/index.htm>
- Семченков, А.С., Несолена, А.К. (2018). Противодействие политической дестабилизации в Интернет пространстве КНР. *Поиск: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура*, №3, 20-28.
- Тэн Вэй. (2003). Сетевая концепция общественного мнения и ее характеристики. *Хунан: научный журнал*, № 5, 32–37.
- Федоров, А.П. (2018) Об опыте Китая по противодействию манипуляционным технологиям в социальных сетях интернета. *Вестник Московского государственного областного университета*, № 2, 6-15.
- 中宣部 [Отдел пропаганды]. <http://baike.baidu.com/item>
- 崔学敬 [Цуй Сюэцзин]. (2016). 我国政务微博的现状、问题 and 对策 [Микроблоги Китайского правительства: статус, проблемы и контрмеры], *《党政干部学刊》 [Партийные и правительственные кадры]*, № 4, 88–93.

## REFERENCES

- Engel, J. (2012). The History of Public Relations in China: A Western Comparison and Beyond. *Syracuse University Honors Program Capstone Projects*. 176. [https://surface.syr.edu/honors\\_capstone/176](https://surface.syr.edu/honors_capstone/176)
- International Strategy of Cooperation on Cyberspace. (2017). [http://www.xinhuanet.com/english/china/2017-03/01/c\\_136094371.htm](http://www.xinhuanet.com/english/china/2017-03/01/c_136094371.htm)
- Shambaugh, D. (2017, April 17). China's propaganda system, Quartz. <https://qz.com/960948/what-happens-when-you-try-to-send-politically-sensitive-messages-on-wechat/>
- Zhang Lei. (2017, February 05). Invisible footprints of online commentators. *Global Times*. [http://www.globaltimes.cn/special/2017-02/503820\\_3.html](http://www.globaltimes.cn/special/2017-02/503820_3.html)
- Li, S. (2018). Reaktsiya pravitel'stva KNR na obshchestvennoe mnenie v internete: problemy i resheniya. *LOKUS: lyudi, obshchestvo, kul'tury, smysly*, №2, 93- 102 (In Russian).
- Li, Ya. (2016). Analiz razvitiya otkrytosti pravitel'svennoi informatsii so storony pravitel'svennykh

- mikroblogov. *Elektronnoe pravitel'stvo*, №4, 20-45 (In Russian).
- Romanova, A. (2016). Daesh' Internet zakonnyi i mirnyi! V KNR vveli novuyu strategiyu po kiberbezopasnosti, *Vesti.Ru*. <http://www.vesti.ru/doc.html?id=283789> (In Russian).
- Sait Kantselyarii po stroitel'stvu dukhovnoi tsivilizatsii*. <http://www.scio.gov.cn/xwbjs/index.htm> (in Chinese).
- Semchenkov, A.S., Nesolenaya, A.K. (2018). Protivodeistvie politicheskoi destabilizatsii v Internet prostranstve KNR. *Poisk: Politika. Obshchestvovedenie. Iskusstvo. Sotsiologiya. Kul'tura*, №3, 20-28 (In Russian).
- Ten Vei. (2003). Setevaya kontseptsiya obshchestvennogo mneniya i ee kharakteristiki. *Khunan: nauchnyi zhurnal*, № 5, 32–37 (In Russian).
- Fedorov, A.P. (2018) Ob opyte Kitaya po protivodeistviyu manipulyatsionnym tekhnologiyam v sotsial'nykh setyakh interneta. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, № 2, 6-15 (In Russian).
- 中宣部 [Otdel propagandy]. <http://baike.baidu.com/item> (in Chinese).
- 崔学敬 [Tsui Syuetszin]. (2016). 我国政务微博的现状、问题和对策 [Mikroblogi Kitaiskogo pravitel'stva: status, problemy i kontrmery], *《党政干部学刊》 [Partiinye i pravitel'stvennye kadry]*, № 4, 88–93 (in Chinese).

#### ҚЫТАЙДАҒЫ ҚОҒАМДЫҚ ПІКІРДІ БАСҚАРУДЫҢ ЗАМАНАУИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ: ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН МӘСЕЛЕЛЕРІ

**Эльмира ҚАҒАЗБАЕВА**, саяси ғылымдарының кандидаты, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университетінің доценті, Алматы, Қазақстан, [Kagazbaeva.e@gmail.com](mailto:Kagazbaeva.e@gmail.com)

#### MODERN TECHNOLOGIES OF PUBLIC OPINION MANAGEMENT IN CHINA: SPECIFICS AND PROBLEMS

**Elmira KAGAZBAEVA**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Abylai Khan Kazakh University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan, [Kagazbaeva.e@gmail.com](mailto:Kagazbaeva.e@gmail.com)