

Бекташ БЕРДИЕВ,
*Международная исламская академия
 Узбекистана
 старший преподаватель кафедры
 Международные отношения
bektohsb@rambler.ru*

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЗДАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБЛИКА СТРАНЫ И ПРОДВИЖЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА

МАМЛАКАТ ИЖОБИЙ КИЁФАСИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ХАЛҚАРО ИМИДЖИНИ ИЛГАРИ СУРИШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ

ACTUAL ISSUES OF CREATING A POSITIVE IMAGE OF THE COUNTRY AND PROMOTION OF THE INTERNATIONAL IMAGE

Аннотация: Статья посвящена актуальным вопросам повышения международного имиджа Узбекистана, анализу проблем в этой области, а также направлена на выработку предложения и рекомендации для их преодоления. Так, в этой области существуют ряд весомых проблем, а также перед Узбекистаном до сих пор стоят важные задачи повышения международного статуса страны.

Ключевые слова: Международный имидж, конструирование, продвижение положительного образа страны, международный масштаб, стратегическая задача государства, информационное влияние

Аннотация: Мақола Ўзбекистоннинг халқаро имиджини юксалтириш, бу соҳадаги муаммолар таҳлили, шунингдек, ушбу муаммоларни бартараф этиш борасидаги таклифлар ва тавсиялар ишлаб чиқишга бағишланган. Маълумки, бу соҳада бир қанча муҳим муаммолар мавжуд ҳамда Ўзбекистон олдида ҳанузга қадар мамлакат халқаро имиджини юксалтиришнинг муҳим вазифалари турибди.

Калит сўзлар: Халқаро имидж, мамлакатнинг ижобий образини конструциялаш ва илгари суриш, халқаро миқёс, стратегик вазифа, ахборот таъсири

Abstract: The article is devoted to topical issues of professional development of the international community of Uzbekistan, analysis of problems in this area. Everyone knows that there are important problems in this area, and at the same time that important tasks of the country's international status are still faced.

Key Words: International image, construction and promotion of a positive image of the country, international scale, strategic task of the state, informational influence

При написании статьи применялись методы историчности, объективности, достоверности, логичности, функционально-системности, сравнительного анализа, определения взаимосвязи между исторической действительностью и социальными процессами. В процессе анализа опирались на социально-политического наблюдения и анализировались информационные, идеологические события, происходящие в обществе, их освещение в СМИ и социальных сетях.

Проблемы профессионального конструирования, динамичного и рационального продвижения положительного образа страны в международной политике являются актуальными и стратегическими задачами государства. Его способность влиять на внешнюю и внутреннюю общественность целенаправленными информационными, практическими, пропагандистскими, просветительскими, научными методами приобретает все большее значение. Говоря об успехах и приоритетах нашей страны, Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев особо отметил, что «все мы видим, насколько жесткий характер приобретает сегодня конкуренция во всем мире. В таких быстро меняющихся условиях конкуренции только широкое внедрение достижений современной науки и инноваций позволит нам достойно ответить на этот вызов. Эта стратегическая задача становится приоритетным направлением нашей деятельности». (1). Значит, глубоко вникать в работы по поднятию имиджа страны исходя из науки и инноваций также является стратегической задачей нашего государства.

Наряду с культурной, экономической, социальной, инновационной политикой государства, важное составляющее является имидж – как условие стратегического развития государства, способ необходимой и успешной защиты интересов страны и ее граждан, как

одно из условий безопасности. Как отмечает известный российский политолог К.Гаджиев «Имидж государства обычно определяют как целенаправленно формируемый (специалистами по связям с общественностью и политической элитой) образ страны. Это, имеющая характер стереотипа, эмоционально окрашенная совокупность представлений о стране в основных сферах жизнедеятельности (политической, экономической, социальной, культурной, научной, спортивной, экологической)» (2:3-9).

Сегодня процессы глобализации вынуждают все государства заниматься созданием, развитием и продвижением своего положительного образа и внутри страны и за рубежом. По мнению многих специалистов, «построение имиджа как искусство целевого управления восприятием, или как оно есть теперь обычно именуемой публичной дипломатией, она сопровождает человечество с самые первые шаги его эволюции. (3)

Ради решения данных задач в Узбекистане также до сегодняшнего дня, исходя из международного опыта, различными государственными организациями, ведомствами, общественными объединениями, политическими институтами целенаправленно организованы и проведены многочисленные конференции, семинары, симпозиумы, приемы и разные мероприятия международного уровня и потрачены немало ресурсов, понимая, что такая деятельность является важным и эффективным инструментом по защите национальных, государственных интересов на мировой арене. Они нужны прежде всего для повышения авторитета и имиджа страны, а также бесценна в плане внутренней консолидации народа, усиления национальной гордости каждого гражданина, привлечения внешних инвестиций и капитала, усиления ее влияния в мире и т.д.

По мнению Президента страны Ш. Мирзиёева «Осуществляемые нами реформы получают достойную оценку международного сообщества. В частности, одно из авторитетных в мире изданий – журнал «Экономист» признал Узбекистан «Страной года», государством, где реформы в 2019 году осуществлялись наиболее быстрыми темпами. Думаю, вы согласитесь со мной, что такая оценка наполняет нас чувством гордости, придает еще больше сил и вдохновляет на достижение новых высот». (4).

А для этого нужны продвинутые политические и PR технологии, соответствующие специалисты, занимающиеся вопросами по продвижению и созданию «благоприятного облика» государства, имиджмейкеры, ученые, государственная стратегия и конечно необходимые материальные и иные ресурсы. Но самое главное в такой работе государственного масштаба, прежде всего, должны быть готовыми человеческие ресурсы, гражданские институты и их позиция.

Отсюда и возникает вопрос, за долгие годы независимого развития удалось ли нам создать соответствующие структуры и культуру? Не отстаем ли мы от многих стран, обладая значительными ресурсами для реализации этих же задач? Готовы ли наши чиновники, государственные органы и институты, правовая база, СМИ, народ на создание позитивного имиджа нашей страны? Найти ответы на эти вопросы и разрабатывать стратегию повышения международного авторитета на мировом масштабе и ее постепенной реализации остаются нашими актуальными задачами.

Что представляют собой те важные задачи, которые стоят перед нами для того, чтобы добиться вышеуказанных целей? Перечислим их по очереди.

Во-первых, необходимо специалистами пиарщиками разработать методологию продвижения положительного образа страны, углубленно провести исследования основываясь на том, что какие факторы и индикаторы могут привести к желаемым эффектам отношения к нашей стране в конкретные периоды времени. При этом широко привлечь к такой стратегии государственного значения отечественных и зарубежных политологов, социологов, философов, искусствоведов, писателей, журналистов. Даже можно создать рабочую группу для получения положительных оценки международного уровня от мирового сообщества, путем проведения опросов среди ученых, интеллигенций, бизнесменов, туристических компаний и культурных учреждений и т.п.

Во-вторых, для улучшения восприятия нашей страны за рубежом необходимо многократно усилить внешнеполитическую информационную политику страны, при помощи социальных сетей, разных информационных

каналов, блогеров и т.д. Не секрет, что нашу страну в мире воспринимают не всегда положительно. А отношение к ней со стороны мирового сообщества может ухудшаться, тем, что информационные атаки в будущем будут расти и иметь постоянный характер.

На протяжении последних лет имидж нового Узбекистана в глазах мирового сообщества динамично меняется. Его эволюция прошла достаточно долгий путь, начиная от «тоталитарной системы» к поддержанной мировым сообществом форсированной демократии, к образу «молодой демократии и рыночной экономики». Эти реформы и трансформация должны отражаться во многих СМИ и социальных сетях с положительными отзывами. А для того, чтобы добиться таких успехов, по нашему мнению, необходимо кардинально изменить подходов к вопросам информационно-аналитических работ в сфере данной деятельности.

В-третьих, важно эффективное использование культурного потенциала страны в качестве инструментария имиджевой стратегии. Умелое и рациональное использование данного ресурса позволит нам активизировать скрытые возможности, которые могут оказать серьёзное влияние и на её внутреннее развитие, и на место в системе международных отношений. Но, к сожалению, мы ограничиваемся лишь проведением культурных дней за рубежом и фестивалей внутри страны (они ориентированы на активизации туристического потока страны).

А всем нам известно, что наша богатая культура и история вызывает огромный интерес во всем мире. В некоторых странах с большим туристическим потенциалом население просто не знают о нашей страны. Это значит, что у нашей страны еще есть свежие возможности ознакомления с очень большой аудиторией так как, мы для многих остаемся неизведанным островом. Может быть, исходя из вышеуказанных факторов, нам необходимо открыть школы, культурные центры, театры, туристические группы за рубежом и активизировать их деятельности для дальнейшей пропаганды.

Как отметил Президент страны в одном из своих выступлений «Как известно, ряд авторитетных зарубежных изданий назвал Узбекистан в числе стран, которые обязательно стоит посетить в 2020 году. Нам нужно

эффективно воспользоваться этим высоким вниманием и доверием». (4)

В-четвертых, как нами выше отмечено, чиновники государственных органов, госслужащие местные власти должны соответствовать и способствовать своими профессиональными качествами и деятельностью на повышение международного имиджа страны. К сожалению, сегодня наблюдаются весьма отсталая ситуация во всех уровнях государственной власти и властных отношениях.

Некоторые из них своими некомпетентностью или неискушенностью иногда не только компрометируют, но и полностью дискредитируют страну в глазах мирового сообщества. Такие случаи часто происходят в сфере государственного и регионального управления, во взаимоотношениях с населением, в выступлениях СМИ и в их морально-нравственных разложениях. Для того, чтобы исправить текущее состояние положение и не допустить таким неадекватным ситуациям первым делом усилить внимание на подготовки, переподготовки управленческих кадров, системного обеспечения передовыми руководительскими навыками и квалификациями, организаторскими качествами, ораторскими качествами и т.д.

Потому, что эффективное государственное управление и степень коррумпированности являются важными показателями в методологии составлении рейтингов государств мира. В этих же рейтингах учитываются, насколько государства способны создавать условия для эффективного развития бизнеса и экономического роста, управляя своими экономическими и человеческими ресурсами. При составлении рейтинга учитывается официальная статистика и опросы экспертов.

В-пятых, мировая общественность во многих случаях получают информации об Узбекистане из разных источников СМИ, социальных сетей и других каналов. Никому не секрет, что разные интерпретации передаются зарубежными источниками об Узбекистане, о политических изменениях и реформах, происходящих в нашей стране и они непосредственно формируют общественное мнение зарубежной аудитории. Именно необъективные и необоснованные потоки распространения информации главными

причинами ухудшения международного имиджа страны.

Для преодоления данных негативных явлений нам важно формировать положительное впечатление об Узбекистане с помощью соответствующих институтов гражданского общества, свободной прессы, институтов права человека и т.п. В нынешнее время наши реформы, государственные институциональные изменения пользуются особым уважением или поддержкой за рубежом и мы должны воспользоваться этим же обстоятельством.

Говоря о свободе прессы важно отметить, что ежегодно выпускается международной неправительственной организацией «Репортёры без границ» (Reporters Without Borders), которая представляет собой сообщество организаций, действующих в интересах защиты свободы прессы и прав журналистов. Выводы о состоянии свободы СМИ в той или иной стране специалисты организации делают на основе 43 ключевых показателей, включая такие критерии, как наличие различного рода нарушений в отношении журналистов (убийства, лишение свободы, физическое насилие и угрозы) и средств массовой информации (цензура, запреты и конфискации выпусков изданий, закрытие изданий), а также уровень самоцензуры в СМИ, степень политической и финансовой зависимости СМИ, состояние правовой среды в сфере СМИ (штрафы, государственная монополия, существование регулирующего органа), возможность свободного доступа граждан к Интернету и так далее. (5).

Наше государство не может похвастаться в этом плане и это уже факт. Такое положение дел заставляет нас быть более тщательными, активными и скрупулёзными и в такой деятельности для повышения международного имиджа страны.

Основная проблема заключается в том, что сегодня в западном или в общемировом общественном мнении не сложился необходимой полноты и объективности образ Узбекистана, и в основном представления о нашей стране носят у западного обывателя весьма фрагментарны, часто противоречивы, а иногда не до конца оформлены суждения. Они стали заложниками западной пропаганды, которые акцентировало свое внимание к деликатным и чувствительным вопросам как бедность, неразвитость законодательства с

области прав человека и отсталость в системе управления.

Хотя образованный западный обыватель со школьной скамьи получил объективные исторические сведения о величии легендарных городов Узбекистана – Самарканд, Бухара, Хива и др. Однако пропагандистские клише на Западе загрозили их интерес к нашему региону. Преодоление этого огромного информационного негатива позволит открыть Узбекистан для них заново. Кроме того, как мы уже отметили выше, что интерес к Узбекистану в мире сегодня не столь высок. А чем меньший интерес вызывает страна, тем большую силу обретают стереотипы, а клиширование образа меняет его далеко не в лучшую сторону.

Мы не должны забывать, что против нашей страны ведётся перманентная информационная война, как результат глобальных и геополитических интересов мировых игроков. А эти факторы обязывают нас построить эффективно функционирующую структуру повышения международного имиджа современного мира. Если нам не удастся преодолеть существующие преграды, или решения проблем, не будем совершенствовать политические и правовые отношения, не хотим осуществить политической модернизации, не желаем, чтобы руководители местных и региональных управления адаптировались к современным реалиям жизни и т.д., то никогда не будет наш положительный облик перед глазами международного сообщества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выступление Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на торжественном собрании, посвященном 29-й годовщине независимости Республики Узбекистан. <https://president.uz/ru/lists/view/3824>.
2. Гаджиев, К.С. Имидж государства как инструмент культурной гегемонии / К.С. Гаджиев // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 12. – С. 3–9.
3. Taylor Philip M., Munitons of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day. Manchester University Press, 1995.
4. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. 24.01.2020. <https://president.uz/ru/lists/view/3324>.
5. Рейтинг стран мира по индексу свободы прессы. <https://gtmarket.ru/ratings/worldwide-press-freedom-index>.