

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ГЕОПОЛИТИКА ИМИДЖА

Лианна Айвазян

Подчеркиваются те особенности имиджа страны, которые, во-первых, помогут объяснить некоторые **тенденции в регионе**, во-вторых, позволят увидеть их в **контексте глобальных изменений** общемирового политического уровня и, наконец, будут способствовать **созданию международного имиджа нашей страны для разных аудиторий, целей и задач**. Хотя примеры приводятся из печатных СМИ, однако наш анализ проведен на основе более обширного материала об имидже, глобальных, региональных и внутренних развитиях других стран региона, в том числе сравнения официальной информации, академических и экспертных исследований и публикаций, а также ряда интервью с дипломатами, экспертами и журналистами.

Каковы современные реалии, среда?

Новые задачи. Технологии. Демократия. Глобализация. Геополитика. Борьба идентичностей и имиджа. *Popular geopolitics*. Изменение сути «силы». Открытое информационное пространство. Гражданское общество. Трансформация изнутри.

Какие развития существуют в нашем регионе и вокруг него?

С учетом кардинальных изменений международной политики, геополитических процессов в регионе и армяно-турецких инициатив, сегодня можно говорить о **геополитике имиджа** в регионе.

Все свидетельствует о том, что **здесь начался процесс целенаправленного управления восприятиями, диктовки повестки, фабрикации доверия и создания новых имиджей**, в который вовлечены множество акторов, поставлены цели (**долгосрочные и краткосрочные**), используются всевозможные **средства (открытые и закрытые)**.

Для **долгосрочных целей** и открытых средств прежде всего используется **общественная дипломатия** (в том числе культурная, спортивная, музейная, медийная). Причем для усиления влияния к **устной информации** прибавляется **видеоряд** и, что самое главное, **событийные плоскости**. Следующая характеристика связана с **аудиторией**: она расширяется и из местной превращается в глобальную (становится важным не только то, кто, что, где, когда и как говорит, а также *кому* адресовано это высказывание). **Легитимность, доверие, авторитет, лидеры, отдельные личности, народные волнения, страхи и ожидания, символы, идентичность и даже сама история** становятся в этом процессе необходимыми средствами.

В регионе сталкиваются различные имиджи, в том числе:

1. они создаются не только в регионе, еще точнее, не столько там,
2. в этот процесс вовлечены множество акторов, имеющих разные цели,
3. внешняя политика и имидж зачастую являются продолжением внутренней политики,
4. идет борьба за *утверждение* или *отрицание идентичности*,
5. имидж или его моделирование зачастую преподносятся вместо политики.

Чем чреваты эти условия?

Проблема социальной иммунной системы. Новые тенденции в армяно-турецких отношениях показали, что «мы не готовы защитить наше общество» и что заявления иностранных деятелей действуют на нас намного больше (Виген Саркисян, воскресный выпуск «Айлур»).

Проблема управления восприятием. Неверный анализ может ввести в заблуждение, помешать краткосрочным целям, но что самое опасное – он может стать инструментом в долгосрочных программах других. Непонимание сути и сложности управления впечатлениями (в том числе разными акторами) может привести к нежелательным изменениям убеждений, и не только на уровне простых людей, но и лидеров, а это означает, что судьбоносные решения могут стать **необратимыми**.

Каковы приоритетные задачи?

Сигналы. В этих условиях актуальными становятся анализ информации, различение ценных сигналов и имиджа соответственно от шума и реальности.

Вопрос доверия. Правительства ради доверия соперничают не только с другими правительствами, но и с медиа, корпорациями, международными и общественными организациями, научным сообществом. Политика становится более театрализованной и адресованной глобальной аудитории, а в информационную эпоху побеждает та сторона, у которой *истории лучше* (*In an information age, it is often the side which has the better story that wins, Джозеф Най*).

Формирование повестки. Наличие собственной *повестки*, а также создание (а не разрушение) **смыслов**, уважительное отношение к **символам** (а не их уничтожение или высмеивание) обеспечивает тот минимальный скрепляющий воедино замес, который может защитить общественное сознание. Это весьма важный процесс в плане международного имиджа и автоимиджа страны.

Вопрос контекста. Сегодня все связанные с Арменией серьезные вопросы находятся в контексте глобальных интересов. Нужно быть хорошо осведомленными относительно содержания этого контекста.

Имидж как стратегический ресурс

В качестве важного нематериального фактора мощи государства имидж, наряду с другими факторами, становится еще более востребованным, а в более широком контексте управления восприятиями – стратегическим ресурсом.

Геополитика имиджа и национальная безопасность

Средства формирования имиджа в международных СМИ. Роль медиа.

Вопросы фрейминга (framing) и другие задачи: называние (*naming*), управление новостями, степень присутствия/отсутствия в СМИ (*visibility, low or high profile*) и пр.

Вербальный, визуальный и событийный компоненты.

История и виртуальная история. Виртуальная география. Идентичность и вопрос коллективной памяти.

Заключение: актуально формирование имиджа как искусства целенаправленного управления восприятиями.